Marca Personal y Búsqueda de Empleo 2.0

Módulo 1. Unidad 2

Marca personal, networking y redes sociales

Autor/es: Jaime Durán Díaz y Jesús Feás Muñoz

Versión: 1
Fecha de creación: 15/04/11
Última revisión: 15/10/12

Este manual de Marca Personal y Búsqueda de Empleo 2.0, por Jaime Durán Díaz y Jesús Feás Muñoz, se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

Usted es libre de copiar, distribuir, comunicar públicamente la obra así como remezclarla o transformarla bajo las condiciones siguientes:

1. **Reconocimiento (BY)**: debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
2. **No comercial (NC)**: no puede utilizar esta obra para fines comerciales.
3. **Compartir igual (SA)**: si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta.

Entendiendo que:

1. **Renuncia**: alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso escrito del titular de los derechos de autor.
2. **Dominio Público**: cuando la obra o alguno de sus elementos se halle en el dominio público según la ley vigente aplicable, esta situación no quedará afectada por la licencia.
3. **Otros derechos**: los derechos siguientes no quedan afectados por la licencia de ninguna manera:
    1. Los derechos derivados de usos legítimos u otras limitaciones reconocidas por ley no se ven afectados por lo anterior.
    2. Los derechos morales del autor.
    3. Derechos que pueden ostentar otras personas sobre la propia obra o su uso, como por ejemplo derechos de imagen o de privacidad.

Aviso: al reutilizar o distribuir esta obra, tiene que dejar bien claros sus términos de licencia.

Tabla de contenidos

1.Introducción....4
2.Objetivos....5
3.La Marca Personal: Identidad Digital y Reputación Online....6
4.El CV del Siglo XXI: e-CV & Videocurrículum....9
4.1.El CV electrónico....9
4.1.1.¿Por qué es importante que tengas un e-Currículum? 9
4.1.2.Otras ventajas por tener tu CV online?....10
4.1.3.Infografía Virtual del e-CV....10
4.1.4.Usa un blog para mostrar tu e-CV....11
4.1.5.Utiliza un Portafolios Digital para tu e-CV....12
4.2.El VideoCurrículum....13
4.2.1.¿Qué hay que tener en cuenta? Algunas recomendaciones....14
5.Haz Networking y cultiva tu red de contactos. El potencial de las Redes Sociales...18
5.1.La base científica del Networking: Teoría de los “6 Grados de separación”....18
5.2.La importancia de la Red de Contactos en el mercado laboral....19
5.3.¿Cómo crear tu red de contactos? El Plan de Networking....20
5.4.¿Cómo realizar el primer contacto?....22
5.5.¿Cómo mantener la red de contactos?....24
5.6.Recomendaciones para mantener nuestra red de contactos....25
5.7.Elevator Pitch. Véndete bien y rápido mientras haces Networking....27
5.8.Networking Presencial vs Networking Digital....27
5.8.1.¿Dónde y cuándo hacer Networking?....28
5.9.Las Redes Sociales como herramienta para el Networking virtual....30
6.Linkedin: La Red Social Profesional de referencia....35
6.1.Cómo crear un perfil en Linkedin....35
6.2.Cómo buscar trabajo con Linkedin....42
6.3.Haz contactos y cultiva tu marca personal con Linkedin....50
7.Herramientas para encontrar empleo en Facebook y Twitter....51
7.1.TwiCVer o cómo buscar trabajo con Twitter....51
7.2.BeKnown: usar Facebook para encontrar trabajo....52
7.3.SocialJobs....53
7.4.CasualJobs....53
7.5.Otras aplicaciones para Facebook y Twitter....54
8.Del “1to1” al “1to10” 56
9.Resumen....58
10.Ampliar....59
11.Bibliografía....60
12.Glosario....62

1. Introducción

En esta unidad didáctica vamos a trabajar nuestra presencia en la red y la magen digital vinculada a ella. Para conseguir tu "yo digital" es primero necesario que realices un análisis personal para definir tu oferta, ¿qué tienes y ofreces que sea distinto y único?. Esto es lo que llamaremos "marca personal".

Cuando tengas definida tu "marca personal" será cuestión de que la difundas, la comuniques, a todas aquellas personas que pueden ayudarte de forma directa o indirecta a encontrar un trabajo. ¿De qué manera podrás hacerlo? A través de un Currículum online y/o de tu perfil profesionales en las Redes Sociales.

Así pues, "Marca Personal", "Reputación online", "Currículum Digital", "Networking", y "Redes Sociales Profesionales y Personales", son los contenidos de esta unidad en la que, además, hemos incluido información de otras herramientas muy novedosas.

2. Objetivos

1. Conocer y poner en práctica el concepto de “marca personal” reflexionando sobre las características que pueden hacer única e imprescindible a la persona en su búsqueda de empleo.
2. Conocer el concepto de “e-Currículum” y experimentar su creación entendiendo su importancia como herramienta para dar visibilidad a la “marca personal”.
3. Conocer las posibilidades del Networking tanto presencial como virtual. El alumno aprenderá cómo se elabora un Plan de Networking.
4. Aprender a manejar Linkedin como Red Social Profesional y fuente de ofertas de empleo creando y desarrollando un perfil laboral acorde con la “marca personal”.
5. Conocer cómo se puede usar Facebook y Twitter para buscar empleo.
6. Conocer la existencia de otras herramientas complementarias a las anteriores que ofrecen ayuda en distintos sentidos a la búsqueda de trabajo.

3. La Marca Personal: Identidad Digital y Reputación Online

Los avances tecnológicos de los últimos años están cambiando radicalmente el panorama económico. Como consecuencia debemos preguntarnos: ¿Qué debo hacer hoy para seguir teniendo mañana valor como profesional? La mejor opción es cultivar la marca personal y convertirse en un profesional intocable.

¿Qué es un trabajador intocable? Aquel que no es intercambiable, que es imprescindible. Un trabajo intercambiable puede ser la redacción de textos, pues puede hacerse en cualquier parte del mundo. Sin embargo, una excelente comida sólo se sirve en un determinado restaurante.

Hoy, cuando casi todo trabajo puede realizarse en cualquier parte del mundo hay que preguntarse ¿poseo algo diferente y que haga insustituible mi trabajo en el sitio que estoy hoy? ¿Tengo alguna característica que sea diferencial, algo que asegure mi trabajo aquí y ahora y que garantice que lo que hago no puede ser contratado fuera?

Según muchos expertos, el mercado de trabajo seguirá el modelo de Hollywood, en el cual cada actor o actriz va de una productora a otra y cuando acaba la película busca un nuevo rodaje con nuevo director, nuevo productor y nuevos actores. En esta situación dependemos sólo y exclusivamente de nosotros mismos. Somos nosotros quienes tenemos que “buscarnos las habichuelas”.

En este sentido, volvemos a preguntarnos “¿qué hago yo como individuo único y diferente para ser mejor y distinto? porque o me distingo o me extingo”. Y para distinguirte sin duda debes cultivar tu propia marca. Tu marca personal.

La marca personal es aquello que comunica lo que te hace valioso, útil y fiable para que te perciban como la persona o profesional con quién merece la pena trabajar. Es la primera idea, poderosa y clara, que viene a la mente de otra persona cuando piensa en ti. Se trata de identificar los recursos propios y ajenos (familia, dinero, tiempo, amigos, energía…) y combinarlos para crear algo que tenga valor para otros, tu producto, tu oferta profesional. El objetivo es que los demás consideren que eres la mejor opción y que finalmente te elijan.

Vamos a verlo con un ejemplo: ¿cuál es la primera palabra que te viene a la cabeza si piensas en la marca Volvo? Exacto. “Seguridad”. Y ésta es la idea que transmite la marca Volvo, de igual forma que tu marca personal debe transmitir una idea clara y

suficientemente distinta de otras.

Y cuando hablamos de “distinta” nos referimos a “única” y “diferente”. Y al ser única no puede ni debe gustar a todos. Si tratas de ser todo para todos, no serás nada para nadie. Es el refrán “Quien mucho abarca, poco aprieta”.

La creación de una marca personal básicamente tiene dos etapas:

1. La primera es el profundo **análisis de uno/a mismo/a**, de sus creencias, valores, fortalezas, habilidades... buscando la autenticidad, no las falsas apariencias.
2. La **comunicación** de la marca, el establecimiento de relaciones, la utilización de esas características personales para satisfacer las necesidades de los demás (clientes, amigos, familiares, jefes...).

Es precisamente en esta segunda fase donde entra en juego el concepto de **Visibilidad**. ¿Qué quiere decir esto? Pues que debemos comunicar nuestra marca en aquellos lugares en que pueda ser visible, accesible para aquellos a quienes queremos llegar. ¿Te imaginas una valla publicitaria en el desierto? Efectivamente, no sería “visible”.

En este momento, gracias a Internet, podemos llegar a quienes queramos. Debes comunicar lo que haces a quienes quieres que te conozcan. De nada sirve ser bueno y tener perfectamente definido el posicionamiento que quieres ocupar en el mundo, si no te conoce quién debe conocerte. Es el momento de utilizar adecuadamente todas las herramientas y medios que tenemos a nuestro alcance para desarrollarnos profesionalmente y buscar empleo. Ya no sirve sólo un Currículum y una carta de presentación. Ahora puedes publicar libros, escribir artículos, hacer amigos en todas partes. Puedes conectarte con el responsable del departamento que te interesa en la empresa que siempre has soñado.

Networking, Redes Sociales, portfolios digitales, blogs, foros, chats... Las posibilidades son infinitas, pero debes tener claro lo que ofreces, dónde quieres llegar y cómo vas a comunicarlo. Fotos de tu trabajo, demostraciones de programas informáticos, vídeos en los que explicas cómo haces las cosas, blogs en los que das tu visión profesional de los acontecimientos, testimonios de gente que te conoce... Ya no sólo tienes que contar lo que sabes hacer, debes demostrar que eres capaz de hacerlo.

El uso de estas herramientas anteriormente indicadas , y que seguiremos viendo a lo largo del curso, tienen una finalidad clara:

- Contribuir a que crees tu Marca Personal.
- Crear, desarrollar, cultivar y mantener tu red de contactos profesionales.
- Gestionar nuestra reputación online.

La información que dejamos en Internet es clave para construirnos nuestro nombre profesional y generar nuevas oportunidades de desarrollo profesional.

Un aviso: la Marca Personal no es tarea que se consiga realizar en un par de semanas, requiere dedicación, constancia y evitar dar pasos en falso.

Te recomendamos que accedas a los siguientes 2 enlaces para ampliar información sobre la Marca Personal:

- Guía de INTECO sobre Identidad Digital y Reputación Online
  http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/guias/Guia_Identidad_Reputacion_usuarios
- Ciudadano2cero.com
  http://www.ciudadano2cero.com/marca-personal

En resumen, podríamos decir que

> "Si consigues que otros te perciban como deseas y te asocien con una forma de hacer las cosas, te convertirás en un profesional deseado". Para cultivar tu Reputación Online deberás disponer de una "IDENTIDAD DIGITAL" y saber transmitir: ¿QUIÉN ERES?, ¿PARA QUÉ SIRVES?, ¿POR QUÉ ERES DIFERENTE? Y ¿POR QUÉ TE DEBEN PRESTAR ATENCIÓN A TI? de manera confiable, coherente y adecuada a tus objetivos profesionales.
> Recuerda: Al igual que tú buscas referencias de una empresa en Internet cuando te interesa una oferta de trabajo, las empresas también buscan información sobre ti.

4. El CV del Siglo XXI: e-CV & Videocurrículum

4.1. El CV electrónico

En los últimos años, con el avance de las tecnologías de la información y la comunicación, aparecen nuevos términos que, sin ser nuevos, incluyen en ellos una "e-". Ese prefijo indica que se trata de algo "electrónico" (E-mail, correo electrónico; E-commerce, comercio electrónico...)

Podemos definir el e-Currículum (Currículum Vitae electrónico), Currículum Digital o Digital Vitae como el salto del CV tradicional al mundo online. El CV pasa de estar en un papel a estar contenido en un archivo digital (PDF, Word, Infografía, LibreOfficem Open Office...). De acuerdo con esta descripción podríamos suponer que tu Currículum hecho en Word sea considerado un e-Currículum pero queremos ir más allá y, de igual manera que los términos e-mail o e-commerce implican la presencia de Internet, vamos a considerar que el e-Currículum es un Currículum contenido en un documento electrónico de Internet o, al menos, accesible desde Internet.

4.1.1. ¿Por qué es importante que tengas un e-Currículum?

Los seleccionadores de personal usan cada vez más Internet para conocer más datos de los candidatos que van a preseleccionar. Y, en relación con el punto "La marca personal", es importante que haya diferentes sitios en Internet que transmitan la misma imagen de ti, ya sea personal o profesional.

Puedes tener un perfil personal en Facebook, comunicarte desde Twitter y mostrarte como profesional en Linkedin. Pero el e-Currículum es un documento abierto en el que tendrás libertad para incluir lo que desees, desde texto hasta vídeos; debe ser tu tarjeta de presentación.

Vamos a hacer una experimento, busca en Google tu nombre y apellidos. ¿Cuántas referencias hay de ti? Aparecerá tu perfil en Facebook y es muy probable que entre los resultados haya alguna persona que tiene tu mismo nombre y apellidos... ¡pero es de Argentina! Lo interesante es que al buscarte en Google al menos los 3 o 4 primeros resultados hagan referencia a ti. Y no referencias relacionadas sólo con tus actividades personales, sino que necesitas que se muestren las profesionales. Aún más claro: lo mejor es que consigas que las 3 ó 4 primeras páginas que aparecen en Google cuando buscas tu nombre sean las que te presentan como profesional. Para lograr eso

debes comenzar por tener un e-Currículum.

4.1.2. Otras ventajas por tener tu CV online?

1. Lo podrás actualizar siempre que quieras y no tendrás que volver a enviarlo a las empresas a quienes ya lo mandaste anteriormente para que tengan la última versión.
2. No será necesario, aunque es recomendable, que envíes tu Currículum Vitae por correo electrónico. Bastará con que incluyas el enlace a la página web en donde lo muestras o tengas cargado (enlace público de dropbox por ejemplo).
3. Te permitirá crear enlaces de una a otra web en la que estés. Puedes incluir esa web en Facebook, en Twitter, en Linkedin, escribir la dirección en la firma de todos tus correos electrónicos... Y, créeme, esto es muy bueno porque Google considera más importantes las webs que tienen vínculos con otras páginas relacionadas.

Te indicamos a continuación algunos sitios web realmente útiles para crear tu CV online:

1. http://www.dooid.me (en español)
2. http://www.express-cv.com
3. http://es.flavors.me/ (en español)
4. https://www.path.to/ (en inglés)
5. https://about.me/ (en inglés)
6. http://www.innovatecv.com/ (en inglés)
7. http://re.vu/ (en inglés) – Permite exportar a Linkedin.
8. http://www.visualcv.com (en inglés)

4.1.3. Infografía Virtual del e-CV

Una opción también interesante y muy gráfica es la realización del e-CV en formato gráfico: Infografía. Consiste en visualizar tu trayectoria profesional en modo gráfico.

Este formato también permite vincular el resultado con nuestro perfil en Redes Sociales.

Algunas de las herramientas indicadas anteriormente también permite esta opción de infografía y otras están expresamente diseñadas para esta función:

- http://www.re.vu
- http://prezi.com
- https://www.vizify.com
- http://kinzaa.com

- https://cvgram.me
- http://www.visualize.me
- http://www.visualcv.com
- http://www.resumup.com

Te recomendamos que accedas al siguiente artículo para ampliar conocimientos sobre herramientas para hacer infografías: http://geeksroom.com/2012/05/12-recursos-y-herramientas-para-crear-las-mejores-infografias/61862/

4.1.4. Usa un blog para mostrar tu e-CV

Un blog es un sitio web donde su autor/es publican de manera periódica información (textos, artículos, vídeos, fotos) sobre uno o varios temas relacionados. Además la información se ordena cronológicamente.

El blog es una de las mejores herramientas de promoción personal y además se puede ir creando a lo largo de nuestra vida.

El uso del blog para compartir tus intereses profesionales mostrará iniciativa, motivación. Es una manera de demostrar interés en tu sector y que estás actualizado.

Nos encontramos con diferentes tipos de blogs: weblog, bitácora o el microblog (enviar y publicar mensajes breves de 140 caracteres, Twitter es el más conocico).

A través de un blog también puedes no sólo presentar tu Currículum Vitae sino también usarlo como herramienta para construir tu Marca Personal, publicando artículos propios o de terceros relacionados con nuestra área profesional de interés donde mostremos nuestros conocimientos.

La siguiente lista presenta diferentes opciones para crear blogs de forma gratuita:

1. http://blog.com/
2. http://www.blogger.com/
3. http://blogspot.es
4. http://blogetery.com/
5. http://www.weebly.com/
6. http://livejournal.com/
7. https://posterous.com/
8. https://www.tumblr.com/
9. https://jux.com/
10. http://es.wordpress.com/

Otras herramientas de apoyo a blogs:

1. http://www.technorati.com (Análisis de blogs)
2. http://www.jobsket.es te permitirá enriquecer tu blog y añadir información profesional sobre ti. Los usuarios podrán colgar su curriculum y exponerlo como "miniatura" en su blog.

Te recomendamos visionar estos dos vídeos sobre blogs:

1. http://www.youtube.com/watch?v=BLf3tlsCYmoU
2. http://www.youtube.com/watch?v=tbTwQvDs2EY

4.1.5. Utiliza un Portafolios Digital para tu e-CV

De acuerdo con Wikipedia, un portafolio digital es "una herramienta utilizada para el seguimiento y evaluación de un usuario. Es un instrumento que combina las herramientas tecnologías con el conocimiento con el objetivo de reunir evidencias con la finalidad de dar seguimiento al proceso de aprendizaje y evaluación del usuario. Una característica del portafolio digital es reflejar la evolución de un proceso de aprendizaje."

Si trasladamos ese concepto de evolución a nuestro perfil profesional o e-CV, el portafolio será un documento integrado por otros documentos (presentaciones, imágenes, vídeos, enlaces a páginas web o blogs, etc.) a través de los cuales se recoge nuestra trayectoria profesional.

Dado que se trata de una recopilación de documentos en varios formatos, podremos utilizar una gran variedad de herramientas para su configuración: procesadores de texto y presentaciones (Microsoft Office, Open Officem Libre Office, Slideshare, Prezzi...), herramientas de creación y compartición de contenidos (Sky Drive, Google Drive, OneNote, Dropbox, Blogger, WordPress, etc.), creadores de web como (Frontpage, Dreamweaver, Nvu, etc.)

Te recomendamos que visites los siguientes enlaces para ampliar información y ver algunos ejemplos:

1. http://www.redportfolio.org
2. http://www.krop.com/creativedatabase/

Finalmente vamos a darte una **serie de consejos para tener un mayor impacto con tu e-CV.** Estos consejos pueden ser aplicables tanto para un CV físico como digital pero recuerda que, a nivel online, el no seguir alguna de estas recomendaciones puede tener un mayor impacto negativo sobre tu Marca Personal y "sentenciarte":

1. No te extiendas demasiado. Describe brevemente (2 folios máximo) y de manera clara y directa quién eres, lo que sabes hacer y cuáles son tus objetivos.
2. Dota al documento de una estructura: datos básicos, puntos fuertes en la parte superior. Es habitual comenzar por la experiencia más reciente y seguir con el bloque de formación.
3. Sé cuidadoso en los detalles. El CV es una combinación de redacción y artesanía.
4. Nunca mientas ni exageres. Una sencilla prueba puede dejarte en evidencia y la mala impresión causada no será restituida para futuros procesos.
5. Usa frases cortas y sencillas, sinónimos y no utilices palabras complicadas. No abuses de cursivas, negritas y subrayado. Ojo con la ortografía. Ponte en el papel de que eres tú quien debe leer el CV de otra persona.
6. Cuidado con la foto que pones.
7. No incluyas referencias ni comentarios sobre tus aspiraciones salariales y tus antiguos jefes. Son temas que se tratan en una entrevista. No incluyas temas que se dan por entendidos. Omite también información sobre aficiones y personalidad.
8. Céntrate en lo que importa: a las empresas les interesa lo que sabes hacer. El nombre de tus cargos importa, pero lo fundamental es lo que has hecho. ¿Cuáles eran tus funciones? ¿Qué habilidades has tenido que emplear? En cuanto a niveles de idiomas, intenta certificarlos con diplomas.
9. Haz referencia a tu perfil en Redes Sociales o a tu blog si lo tienes, sólo en caso de estar orientados profesionalmente.
10. Acompaña tu CV con una carta de presentación. Al ser un documento digital único, puedes dedicar 1 página a la carta de presentación o motivación y 2 al propio CV.
11. Tu CV debe ser diferente. Usa el Videocurrículum. Esa herramienta es la que precisamente vamos a ver en el siguiente apartado.

Te recomendamos el repaso de los documentos incluidos en la sección de Para ampliar de la Unidad anterior donde están recogidos varios enlaces y guías que orientan tanto sobre el CV físico como el digital.

4.2. El VideoCurrículum

El VideoCV es una autopresentación, realizada en un formato audiovisual, de la formación, competencias, experiencia y objetivos profesionales de una persona. Se trata de una nueva herramienta utilizada por las empresas para evaluar las competencias de los candidatos (por ejemplo, la expresión oral o la fluidez verbal con un idioma extranjero). Esta herramienta se configura como un elemento diferenciador

con respecto a otros candidatos. Se trata de un medio cada vez más usado.

Con el VideoCV, el candidato demuestra que está familiarizado con las nuevas tecnologías y que es una persona con iniciativa y emprendedora. De esta manera, introduce un elemento diferenciador en su candidatura.

A continuación, incluimos una Guía con algunos de los puntos relevantes a los que hacer referencia para la elaboración del VideoCV.

1. Datos personales
    1. Nombre
    2. Edad
    3. Lugar de residencia
2. Estudios oficiales y centro donde se cursan o han cursado
3. Formación complementaria: cursos relacionados con tu titulación que pueden suponer un valor añadido para los conocimientos
4. Idiomas (Títulos Oficiales, Becas,…)
5. Informática (Programas que se conocen)
6. Experiencia laboral
    1. Becas
    2. Prácticas
    3. Trabajo/s compatible/s con los estudios universitarios
    4. Trabajo/s cualificado/s
7. Características personales: aquí se puede hablar sobre el carácter, comentar virtudes y defectos, qué rol se desempeña cuando se trabaja en grupo (ejemplo: organizar, mediar, idear...)
8. Objetivos profesionales: sector/es en el/los que se preferiría desarrollar la carrera profesional, intereses profesionales, etc.

4.2.1. ¿Qué hay que tener en cuenta? Algunas recomendaciones

Cuestiones previas relacionadas con el contenido

- Prepara un guión que tenga una estructura básica de CV y divide tu discurso en no más de tres partes (presentación, cuerpo y despedida).
- Piensa detenidamente lo que quieres comunicar y qué aspectos son más relevantes de tu perfil para incidir en ellos.
- Prepara una presentación que enganche a la persona que esté viendo el vídeo.
- Remarca tu nombre.
- Concreción sin rodeos en los mensajes.
- Empieza por el aspecto de mayor valor para el puesto o el empleador, tu

experiencia más reciente; tus estudios superiores o las habilidades que has adquirido. Tienes un minuto para convencer, olvida el cursillo de punto de cruz y destaca solamente tu mejor formación, experiencia y habilidades.

- Crea un recuerdo perdurable en tu despedida.
- Agradece el tiempo prestado, repite tu nombre y aspecto diferencial. Llama a la acción sugiriendo una entrevista personal y deja muy claro el método para contactarte.
- Demuestra tus habilidades y dominio de idiomas. Realiza una demostración de la habilidad que tienes o de el/los idiomas que dominas.
- Protege tu intimidad. Tu futuro jefe no necesita saber tu domicilio exacto. Ni todos los usuarios de Youtube tu número de teléfono. Esos datos ya están en tu e-CV o en tu ficha profesional.
- Personaliza el vídeo para cada oferta o sector: Si intentas acceder a puestos o sectores diferentes intenta realizar vídeos para cada uno.

Acerca de los temas técnicos

- Es recomendable que cuando se grabe el VideoCV el fondo sea lo más neutro posible y que no haya elementos que puedan desviar la atención. Además el espacio en el que se graba el VideoCV ha de estar bien iluminado (por ejemplo, evitar contraluces y/o evitar que la persona esté excesivamente expuesta a la luz).
- Cuida el sonido. Utiliza un micrófono de corbata. Si no es posible graba en una localización sin ruido y cerca de la cámara.
- Respecto a la ropa que se utilice en el momento de grabar el Videocurrículum, es recomendable vestir con prendas de un único color (excepto el color verde), evitando los tejidos a rayas o a cuadros que distraigan la atención y distorsionen la imagen.
- La duración no deberá exceder los 3-5 minutos.
- Practica tu discurso una y otra vez hasta que te salga perfecto y de manera natural.
- Si haces pausas que no tienen sentido o usas coletillas, sigue practicando o grábalo de nuevo.
- Pide a personas de tu entorno que te den una opinión sincera para mejorarlo.
- El destinatario del vídeo te estará viendo. Utiliza ese factor humano para que te “conozca” siendo amable y natural.
- Edita el vídeo enriqueciéndolo y reforzándolo con material gráfico de apoyo.Si realizas uno genérico, no olvides Youtube. Es la principal plataforma de difusión de vídeos. Incluye el enlace en tu e-CV y hazlo llegar a dónde te interese. No olvides utilizar otros canales para difundirlo al máximo.

Acerca del lenguaje verbal y corporal

- En cuanto a la mirada es recomendable asimilar la cámara al receptor de la información. Se debe mirar a la cámara alrededor del 80% del tiempo de grabación, haciendo una analogía con la conversación frente a frente de dos personas, de forma natural pero mostrando seguridad e interés.
- En relación al lenguaje verbal, debe utilizarse un lenguaje formal pero empleando palabras con las que se este familiarizado para no sonar ficticio en el discurso.
- En cuanto a la postura del cuerpo es recomendable que se tome la posición más cómoda y natural, preferiblemente sentado, ya que al estar de pie se suele cometer el error de pasar el peso de un pie a otro haciendo movimientos que denotan ansiedad o nerviosismo.
- Con las manos a menudo no sabemos qué hacer, pero ellas siempre acaban haciendo algo, como por ejemplo juguetear con objetos (síntoma de nerviosismo e inseguridad) o frotarse entre sí las manos (síntoma de impaciencia). Lo más recomendable es no esconder las manos, mantenerlas en una misma posición para controlarlas e intercalar movimientos sutiles que acompañen el discurso, evitando realizar movimientos bruscos. Por ejemplo:
  - Entrelazar los dedos (un gesto que expresa autoridad y rigor, pero también voluntad de entendimiento y espíritu constructivo)
  - Mostrar las palmas de las manos (transmitiendo sinceridad y franqueza) cuando te ofrezcas o hables de tu personalidad.
- Finalmente te recomendamos que no hables de tus asuntos personales ni atribuyas situaciones a la suerte. Decir que se tiene “mala o buena suerte” es no creer en el trabajo que se realiza o delegar la responsabilidad en otros y esto no será bien visto por la empresa. Habla en términos positivos, resalta sin exagerar tus logros y no lo que te falta. Que tus palabras denoten entusiasmo, pero mas importante aún es que tu rostro respalde lo que estas diciendo.

Herramientas para crear animaciones

En algunas ocasiones, para elaborar nuestro Videocurrículum, para adornarlo o para crear algún recurso vistoso desearíamos contar con la posibilidad de crear dibujos animados...

La siguiente es una lista de sitios web gratuitos que te ayudarán con esta tarea:

1. http://www.xtranormal.com
2. http://www.aniboom.com
3. http://goanimate.com
4. http://www.dvolver.com/moviemaker/index.html

5. http://www.moviestorm.co.uk

Un buen ejemplo de vídeoCurrículum de Internet
Luis Castro es una persona con discapacidad que busca empleo y publica su vídeo en Youtube. En unos minutos las visitas al vídeo crecieron espectacularmente.

Descubre por qué haciendo click: http://yoriento.com/2012/01/el-mejor-video-Currículum-que-he-visto-por-10-razones-733.html

Accede a otros vídeoCurrículum interesantes
http://www.javiermanzaneque.com/tipos-de-Videocurrículums
http://www.youtube.com/results?uni=3&search_query=video+cv&search_type=videos

Más consejos y ejemplos en: http://www.tu-video-Currículum.com y en http://www.tumeves.com

En la sección de "Para ampliar" hemos dejado un interesante documento con más recomendaciones que además incluye modelos de guiones ya redactados.

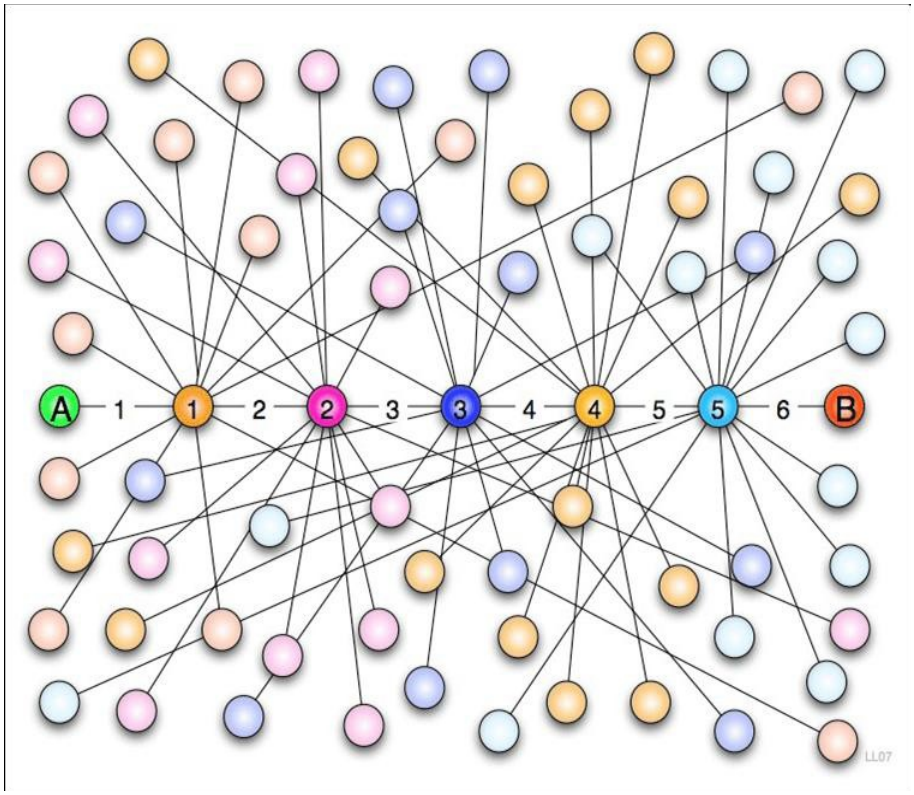
Esperamos que pongas en práctica estos consejos y hagas del Videocurrículum tu mejor herramienta de presentación.

5. Haz Networking y cultiva tu red de contactos. El potencial de las Redes Sociales

5.1. La base científica del Networking: Teoría de los "6 Grados de separación"

En 1930 el escritor húngaro Frigyes Karinthy formuló por primera vez la Teoría de los Seis Grados de Separación en su cuento Chains (Cadenas si se traduce al castellano).

La Teoría de los Seis Grados de Separación es una hipótesis que establece que cualquier persona en la Tierra (A) puede estar conectada a cualquier otra persona del planeta (B) a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios (1, 2, 3, 4 y 5) conectando así a ambas personas con sólo seis enlaces. Esta hipótesis está basada en la idea de que el número de conocidos de una persona crece de manera exponencial conforme aumenta la cadena.



Esta teoría ha sido recogida a posteriori en el libro del Sociólogo Duncan Watts "Six Degrees: The Science of a Connected Age" donde se establece que cualquier persona puede llegar a otra que quiera conocer con tan sólo cinco enlaces.

El argumento de partida reside en que cada persona conoce de manera directa y una media de 100 personas entre amigos, familiares, compañeros de trabajo, de escuela, de gimnasio, de... si a su vez cada una de estas personas conocidas se relacionan con otras 100 personas, cualquier persona puede transmitir un mensaje a un número elevado de sujetos (aproximadamente 10.000) aprovechando esta exponencialidad en los contactos.

Estas 10.000 personas serían contactos de segundo nivel a los que sería factible acceder si nuestros conocidos directos nos los presentasen

Por ejemplo, cuando se pregunta a algún contacto directo si conoce a un informático para un puesto de trabajo realmente estamos haciendo uso de Redes Sociales informales y por tanto Networking offline.

Sin embargo, es evidente que la comunicación se hace más complicada en el momento que aumenten los eslabones de la cadena. Es precisamente en este punto donde Internet ha contribuido eliminando esas barreras de comunicación y generando desde Redes Sociales generalistas hasta Redes Sociales Verticales o Profesionales.
Te recomendamos la lectura del siguiente artículo: http://en.wikipedia.org/wiki/Three_Degrees_of_Influence//http://www.connectedthebook.com/ (Regla surgida con posterioridad a la de los 6 Grados y que viene a constatar lo que ésta última formulaba)

5.2. La importancia de la Red de Contactos en el mercado laboral

Según recoge el I Informe de Infoempleo sobre el empleo y las Redes Sociales así como el último estudio de la ONTSI sobre Redes Sociales y Profesionales (ver artículos de lectura), muestran que en España alrededor de un 75% de las personas accede a un puesto de trabajo a través de personas conocidas de los evaluadores o de quienes deciden finalmente a quién contratar.

Esta realidad deja en un segundo plano la formación y posiciona como punto clave los vínculos, las amistades y la participación en Redes Sociales Digitales de Networking.

Es lógico, piensa en el refrán “Más vale malo conocido que bueno por conocer”. Piensa, también, si tú no harías lo mismo. En igualdad de condiciones, optarías por el candidato que es más cercano a tu entorno (conoces a sus padres, erais compañeros de colegio...).

Quizá resulte injusto, pero así funciona el mundo. En lugar de lamentarse, lo mejor es ponerse manos a la obra para desarrollar una buena red de contactos, elaborando un de plan estratégico de Networking. Además, no es un sistema tan injusto como pueda parecer. La mayor parte del tejido empresarial en nuestro país está compuesto por pequeñas y medianas empresas. Contratar un nuevo trabajador para estas empresas supone un gran gasto y sacrificio, por lo que no toman a la ligera la decisión de contratar a alguien. El empresario, en estos casos, prefiere no arriesgar sino ir a lo seguro. Cuando tiene que contratar a alguien, lo primero que piensa es en conocidos con extensas redes de contactos que sean capaces de proporcionarle una persona válida para su empresa. Sólo 1 de cada 4 ofertas de empleo se hacen públicas. Es decir, en 3 de cada 4, el empresario recurre a sus contactos. “Oye, ¿conoces a alguien que pueda servirme como Administrativo”?

Por tanto, un punto muy importante para tener éxito en nuestra búsqueda de empleo reside en tener una buena red de contactos pues nos permitirá acceder a un mayor número de puestos de trabajo que de otra forma nunca conoceríamos. No se trata de “tener enchufe” sino de entablar comunicación y contacto con personas que aporten información útil de valor añadido para encontrar empleo. Debemos ser profesionales competentes para que nuestros contactos se sientan orgullosos de ayudarnos a alcanzar el éxito.

Así pues, explotar la red de contactos no sólo es un buen medio para mejorar la búsqueda de empleo sino que se trata de una herramienta fundamental. Vamos a ello.

Se estima que, dependiendo de sus habilidades sociales, una persona adulta tiene entre 1.500 y 3.000 contactos directos. ¡Cuidado!, no se trata de contactar con tantas personas. Lo que debes hacer es un listado con aquellos contactos que puedan ayudarte en tu búsqueda de empleo, contactar con ellos para informarles de tu situación laboral y del tipo de empleo que buscas. No les supliques trabajo, usa un tono optimista y humilde.

5.3. ¿Cómo crear tu red de contactos? El Plan de Networking

Antes de empezar a hacer contactos debes sentarte y pensar el ¿cómo, cuándo, quién, dónde, por qué?

No se trata de acumular contactos a lo largo del tiempo sin criterio sino de marcar una estrategia y plasmarla en un plan de trabajo.

Este plan deberás ponerlo por escrito, ser dinámico y versátil (vivo), comprender el ámbito físico y virtual, apoyarse en indicadores para saber si te desvías o has cumplido tus objetivos parciales y sobretodo.... incluir términos clave en torno a los que giren esos objetivos.

Como buen plan o proyecto deberá contener los siguientes grandes epígrafes:

- Objetivos
- Estrategia
- Soportes y herramientas de apoyo
- Acciones y cronología de ejecución
- Evaluación y presupuesto

Pongámonos manos a la obra...

Una buena idea es crear una **agenda de contactos**. Puedes hacerla en una hoja de Excel, en el móvil o en una agenda de papel, pero es recomendable que marques a cada persona de manera destacada para recordarte que se trata de un “contacto de tu red de contactos profesionales”. Es recomendable que al menos esté en soporte digital. Será más cómodo de modificar y actualizar y sobretodo “más limpio”.

Veamos los pasos necesarios para crear tu agenda de contactos:

1. Haz una lista.
Debes comenzar por elaborar una lista que contenga a todas las personas que te puedan ayudar. Revisa tu agenda y escribe en la lista los nombres de las personas que han trabajo contigo (compañeros, jefes, etc.), familiares, amigos, vecinos, a gente que hayas conocido por tus pasatiempos y actividades comunitarias, a aquellos con quienes tienes una relación de negocios (médico, dentista, abogado, agente de seguros, etc.) y hasta ex compañeros universitarios o profesores y contactos de tu pareja.

2. Crea un sistema para llevar un registro de los contactos.
Tan pronto como has confeccionado tu lista maestra es necesario que desarrolles un sistema que te permita registrar las fechas y los nombres de los contactos con quienes ya has establecido contacto. De esta forma podrás saber con quien te falta contactar, con quién debes contactar próximamente. Puedes llevar este registro en una carpeta, libreta... pero lo ideal es que lo hagas a través del ordenador.

Un modelo de registro puede ser el siguiente:

1. Nombre de la persona contactada
2. Dirección
3. Teléfonos (fijo y móvil)
4. Correo electrónico
5. Información acerca de esta persona: empresa, cargo... y cualquier otro dato que desees recordar.
6. Fecha: ¿cuándo contactaste con esta persona por última vez?
7. Resultado: ¿cuál fue el resultado del contacto? ¿Debes contactarlo próximamente?, ¿se pondrá en contacto contigo?, ¿va a buscar algo para ti y te lo hará saber en unas semanas?...

3. Clasifica la lista y fija objetivos.
Es importante clasificar tu lista en orden prioritario. Es decir, coloca primero el nombre de aquellas personas que conoces y que te pueden ayudar con más facilidad y luego, en segundo lugar, aquellos que son referidos por familiares, amistades y que no conoces personalmente.

Podemos hacer esto de la siguiente manera: asigna dos puntos a aquellas personas que conozcas, un punto a quien no conozcas personalmente y otro punto a todos aquellos contactos, conocidos o no, que te puedan ayudar directamente a encontrar un empleo. Una vez hecho esto, ordena a tus contactos por el número de puntos que le has asignado.

Tienes, también, que fijar una meta de contactar con un determinado número de contactos por semana (de 40 a 50 es un número razonable) y luego dividir el número los días de la semana. Así sabrás con cuántas personas debes contactar cada día.

5.4. ¿Cómo realizar el primer contacto?

Una vez que has creado y ordenado tu red de contactos debes construir un mensaje fácil de entender para ellos y transmitírselo sistemáticamente. No esperes resultados inmediatos; normalmente debes esperarlos a medio plazo (algunos meses).

En el primer contacto es importante transmitir tus ganas de trabajar y tu confianza en desarrollar las tareas del puesto de trabajo al que aspiras. El método más efectivo es el teléfono, seguido del correo electrónico.

No trates de dar lástima, no agobies, no traspases tu responsabilidad a tus contactos, no tengas miedo al ridículo o pudor por hacer pública tu situación, recuerda que tienes que mostrar lo mejor de ti.

Al realizar el primer contacto debes explicar qué empleo estás buscando y preguntar a la persona si sabe de alguna oportunidad o de alguien que te pudiera ayudar. Ten cerca siempre algo para tomar nota o apuntar los nombres, teléfonos y referencias que obtengas en la conversación. Igualmente, envía o entrega tu curriculum a la persona con quien contactes e invítale a conservarlo por si conociera a alguien a quien pudiera interesar. Termina siempre el contacto agradeciendo a esa persona su tiempo y ayuda.

Cuando se trate de **personas con quien tienes alguna relación de negocio** (médico, dentista, abogado, asesor, etc.), procura ponerte en contacto con ellas en su tiempo de descanso. Si hablas por teléfono, trata de recordar de inmediato a estas personas quién eres. Puedes decir: "Doctor Pérez, soy Mariana Gómez; su clienta de la consulta". Pregúntale si tiene unos minutos, o si puedes volver a llamarle en algún otro momento. Di brevemente por qué llamas y pregúntale si conoce a alguien en su campo que te pueda ayudar. Sea su respuesta positiva o negativa, dale las gracias por su tiempo.

Al contactar con una **persona que no conoces personalmente** y que es referencia de un familiar o amistad, es necesario mencionar en primer lugar el nombre de la persona que te dio la referencia. Por ejemplo: "Señorita González, soy Lorena Rodríguez, hermana de Carolina Rodríguez. Carolina me sugirió que le llamara". Esto dará a tu interlocutor un contexto para la llamada y para establecer un vínculo contigo.

Después, pregunta si es buen momento para llamarle; de ser así, asegúrale que sólo necesitas unos minutos de su tiempo. Luego concreta en cuanto a qué empleo deseas y lo que te gustaría que la persona hiciera por ti. Si te han dicho que la señorita González conoce a alguien en su campo, puedes pedirle que te dé su nombre y datos de contacto. Para terminar, agradécele el tiempo que te ha dedicado y la información que te ha proporcionado.

Es importante que pienses que habrá personas que no estarán dispuestas a ayudarte ni serán amables contigo. Si eso ocurre, no lo tomes como algo personal. Después de todo, esa persona ni siquiera te conoce. Y a lo mejor ha sido un mal día para ella. Dale el beneficio de la duda y no te pongas a su nivel siendo desagradable. Discúlpate por haberle molestado y despídete con cortesía. Nunca se sabe qué depara el futuro; quizá contacte contigo al día siguiente y te explique que lo llamaste justo después de que le quitaran una muela y te dé la información que le pediste.

5.5. ¿Cómo mantener la red de contactos?

Una vez que has creado tu red y contactado con cada una de las personas de esa

lista, debes pensar en mantener la relación con ellos. ¿Cómo hacerlo?

Mantener nuestras relaciones personales, más que una técnica de búsqueda de empleo o de relacionarse, es un estilo de vida. Las personas que mantienen vivas sus relaciones, que se interesan por los demás, que contactan con ellos y se encuentran en persona de manera frecuente, tienen una vida más rica y satisfactoria que otras menos sociables. Mantener y profundizar en nuestras relaciones debe convertirse en un hábito.

Mejorar sus relaciones con los demás y que tus amigos y conocidos cuenten más contigo no se logra enseguida sino poco a poco. Debes en primer lugar hacer una autoevaluación de cómo te relacionas con los demás y ver qué aspectos debes cambiar. Te proponemos que respondas a estas preguntas sinceramente:

1. ¿Tengo los datos de contacto de la mayoría de mis conocidos?
2. ¿Organizo y actualizo esta información de vez en cuando? ¿Sé cuando es el cumpleaños o el santo de mis conocidos?
3. ¿Conozco la situación actual de mis conocidos?
4. ¿Paso suficiente tiempo con mis conocidos o amigos?
5. ¿Debería contactar con mis conocidos y quedar más con ellos?
6. ¿Soy amable con ellos y me intereso suficientemente por sus problemas o generalmente expongo más de lo que me interesa a mí?
7. ¿Hago los favores que me solicitan y me muestro dispuesto a ayudar aunque no me lo pidan?
8. ¿Invito a mis conocidos y amigos a mi casa suficientemente?
9. ¿Hablo bien de los demás y busco siempre sus aspectos positivos?
10. ¿Contacto con mis amigos sin un motivo concreto, sólo porque me interesa saber cómo están o simplemente por pasar un rato?
11. ¿Contacto con mis conocidos en momentos concretos como su cumpleaños, fin de año, etc.?
12. ¿Pongo excusas para no contactar con mis conocidos como que no me caen bien, que son aburridos, que no sé qué contar o que ya lo haré otro día?

Debemos preguntarnos frecuentemente: “¿con quién puedo contactar hoy para contarle algo?” Preparemos la lista, recordemos lo que sabemos de esas personas y reanudemos el contacto.

5.6. Recomendaciones para mantener nuestra red de contactos

1. Organiza la agenda de vez en cuando.
Para mantener relaciones con nuestros conocidos y, especialmente, con los contactos que algún día pueden ser un apoyo para nuestra vida profesional, tenemos que tener sus datos al día. No tener una buena agenda casi equivale a no tener unas buenas relaciones. Organizar la agenda y contactar con nuestros conocidos es algo que ocupa mucho tiempo, así que deberemos aprovecharlo al máximo. Cuando estemos desocupados, por ejemplo, podemos actualizar nuestra agenda de direcciones, llamar a personas con las que hace tiempo que no hablamos, etc.

2. Planifica cuándo y con quién establecerás contacto.
Es posible que tengamos muchos números en la agenda, pero lo que realmente importa no es el número de teléfonos sino que cuidemos la relación con esos contactos. No tenemos que hablar todos los días con todas las personas que conocemos. Pero sí podemos hacer listas de personas a las que vamos a ver o con las que vamos a contactar, tal vez, una vez al año, por ejemplo, en su cumpleaños o una vez al mes.

3. Llama por teléfono o escribe un correo, cuesta muy poco esfuerzo y dinero.
Podemos reservar alguna parte del día, por ejemplo después de cenar, para charlar con nuestros amigos y conocidos o escribirles. Posiblemente nos sorprenderemos de lo positivo que esto nos resulta. No sólo caeremos mejor a los demás sino que además obtendremos más información y nos sentiremos más felices. No necesitamos ningún motivo, simplemente debemos mostrar interés por la otra persona o curiosidad por su situación actual. ¡No es tan difícil! Pero debemos tener en cuenta que a veces podemos decepcionarnos: tal vez la otra persona no quiera o no pueda conversar.

4. Concreta el siguiente contacto.
Aunque tengamos poca relación con una persona, todas las llamadas o contactos que realicemos deben concretarse en alguna actividad o cita en el futuro. Sobre todo si tenemos interés en pedir la ayuda de esa persona. Por ejemplo, podemos quedar en enviarle algo que le interesa o en pasar por su casa para entregárselo. Podemos especificar que la próxima llamada será aproximadamente en una determinada fecha. Podemos quedar emplazados para vernos en un evento o reunión de algún tipo. O podemos concretar la próxima cita o encuentro.

En todo caso, debemos evitar terminar diciendo un simple “ya nos veremos”. Por ejemplo podríamos decir: “Oye, me ha gustado mucho hablar contigo. En estos últimos

meses no hemos hablado pero mi intención es que estemos más en contacto. Volveré a llamarte por Navidad y quedamos un día."

5. Queda con la gente.
Debemos encontrar tiempo y quedar con nuestros amigos y conocidos. Tomar algo después del trabajo, quedar alguna vez para ir al cine o simplemente pasarse por la casa de nuestros conocidos son actividades que enriquecerán nuestra red de contactos.

6. Da pequeñas sorpresas o regalos.
No son necesarias las excusas ni los motivo para ofrecer pequeños regalos a nuestros conocidos o amigos. Los pequeños regalos no tienen porque ser caros, incluso tal vez no cuesten nada: un libro que podría interesar a uno de nuestros conocidos puede ser un buen regalo, pero también lo puede algo que hemos encontrado en Internet y que le enviamos por e-mail.

Si hacemos regalos espontáneos las personas se emocionarán sinceramente.

7. Celebra los días especiales.
Conocer y celebrar las fechas de los días especiales de nuestros amigos y conocidos, es también celebrar que tenemos amigos y conocidos y hacerles saber que los valoramos.

8. Proporciona también contactos.
Si conocemos a personas que pueden ofrecer algún tipo de ayuda o información a algún otro de nuestros conocidos hagamos lo posible para que se encuentren o se conozcan entre sí.

También, si uno de nuestros conocidos nos ha dado la referencia de una persona que nos puede ayudar podemos incluso mantener informada a esa persona conocida del desarrollo del contacto con quien nos recomendó.

Recuerda:

1. La red de contactos es, quizás, la herramienta más importante para encontrar un empleo. Debes crearla y mantenerla.
2. Prácticamente puedes establecer contacto con cualquier persona, directamente o a través de otros contactos.
3. Intenta aumentar el número de contactos conforme pasa el tiempo.
4. Prepara bien el mensaje que deseas transmitir antes de establecer el primer contacto. (Elevator Pitch – Discurso del ascensor)

5. Muestra siempre tu agradecimiento por la ayuda prestada.

5.7. Elevator Pitch. Véndete bien y rápido mientras haces Networking

El término anglosajón "Pitching" significa entender en lo que tu cliente (o inversor) está interesado, y desarrollar un diálogo que te permita conectar con su cabeza, su corazón y sobretodo su instinto.

Este concepto estuvo concebido inicialmente para la presentación de proyectos por los emprendedores y recientemente se ha trasladado su aplicación a la presentación del perfil profesional orientándolo así a la consecución de un empleo. Su duración media debe estar comprendida entre 30 segundos y 2 minutos.

Debe entenderse como un resumen de tu idea, proyecto, capacidades con el fin de conseguir una próxima entrevista, reunión o incorporar al oyente a tu red de contactos.

Cuando pronuncies "tu discurso" éste deberá ser transmitido como una historia concisa, clara, poderosa, con un objetivo claro y con gancho.

Te recomendamos que leas los siguientes artículos y veas el vídeo publicado en Expansión:

1. Definición y recursos: http://en.wikipedia.org/wiki/Elevator_pitch
2. Vídeo: http://www.expansion.com/2013/01/07/empleo/mercado-laboral/1357576622.html

5.8. Networking Presencial vs Networking Digital

Ya hemos visto que el Networking es innato a las personas y siempre ha existido y se ha practicado de manera presencial en cualquier entorno: asociaciones, clubes sociales, deportivos, gimnasios, colegios, encuentros familiares, barbacoas, fiestas, reuniones de trabajo, de amigos, de compañeros de trabajo...

La aparición de Internet y el desarrollo de la tecnología (Teléfonos móviles, Ordenadores, TV con Internet…) han supuesto un gran impulso a nivel global para el Networking, dotándole de otra dimensión, generando nuevas aplicaciones, ampliando el ámbito geográfico de interacción en tiempo real y creando nuevos patrones de conducta.

Mientras que el Networking clásico o presencial se caracteriza por producirse en un entorno físico cerrado, cara a cara y de manera totalmente desvirtualizada, el

Networking digital se produce en el mundo 2.0 de manera virtualizada y sin barreras geográficas pudiendo no existir el cara a cara y no ser en tiempo real.

5.8.1. ¿Dónde y cuándo hacer Networking?

No hay un momento mejor ni peor para empezar crear una red de contactos o cultivar la que tengamos. El Networking es una tarea continua y por tanto, hay que estar siempre alerta pues las oportunidades pueden surgir en cualquier momento o con cualquier persona con la que tratemos.

Entre los factores clave podemos destacar algunos que deben estar siempre en la mente: Actitud proactiva, siempre alerta y aprovechar el momento.

Si estás interesado en crear una red entorno a tus intereses profesionales deberías no perder de vista estos espacios e iniciativas para llevarlo a la práctica:

- Ferias, Congresos y Foros profesionales.
- Foros de emprendedores.
- Cocktails.
- Jornadas, seminarios y conferencias.
- Desayunos profesionales.
- Asociaciones profesionales, sectoriales
- Colegios profesionales
- Asociaciones de Antiguos Alumnos.
- Cámaras de Comercio
- Organismos públicos: Consulados, embajadas, ayuntamientos,
- Clubes deportivos

… y desde el momento en el que surge el mundo 2.0 deberás también tener en cuenta las Redes Sociales y Profesionales.

A continuación te indicamos algunas recomendaciones y técnicas para poner en práctica en los eventos:

1. Sé divertido e interesante. Las personas por naturaleza prefieren conversar con quien les hace reir y sentir bien. No pierdas de vista tus objetivos pero relájate y sé natural.
2. No tengas prisa por cerrar negocios ni por demostrar lo bueno que eres con frases fuera de contexto.
3. Recopila información de los asistentes, participantes o ponentes que más

te puedan interesar.

4. Presta atención a la persona con la que hables. No te dediques a buscar con la mirada mientras hablas. Céntrate en la conversación.
5. Nunca olvides tu tarjeta de visita y ofrécela siempre al final de la conversación.
6. Presentación coherente y breve. Recuerda... es hora de tu Elevator Pitch.
7. Adapta tu conversación según la persona con la que hables para dar más o menos detalles.
8. Indaga sobre otros contactos. No intentes conocer a todo el mundo y no te centres sólo en los asistentes vips. En cada charla pregunta a tu interlocutor a quién conoce para ir descubriendo las redes de relaciones existentes en el sector que te interesa. Solicita si lo consideras adecuado información sobre otras personas e incluso la posibilidad de que te las presenten.
9. No seas pesado y evita el ser incluido en la lista negra de otros asistentes.
10. Evita ser fotografiado con una copa de más o en actitud muy jovial. Esas imágenes pueden publicarse en medios de comunicación, Redes Sociales e Internet restándote profesionalidad y tirando por la borda tu Marca Personal.
11. Tras el acto, si puede ser en el mismo día, organiza la información obtenida y planifica los contactos posteriores que vas hacer. Si envías un correo a algunos de ellos facilita la lectura de algún artículo de tu blog o algún contenido que te represente profesionalmente y que le muestre al destinatario “lo bueno que sería contar contigo”.
12. Utiliza Twitter. Además del resto de Redes Sociales y profesionales, el uso habitual del microblogging es la forma más fácil, natural y efectiva de mantenerse en contacto, y el medio más directo para que los demás te conozcan de forma cotidiana.
13. Trata de profesional a profesional. No seas excesivamente halagador.
14. Haz anotaciones breves en las tarjetas, en pequeño cuaderno, en el tablet sobre información relevante, otros contactos que te han recomendado conocer o consultar. Hazlo de forma discreta sin interrumpir la conversación, mejor hacerlo de hecho entre conversaciones. No te obsesiones con anotarlo todo.
15. Relaciónate bien sin mirar a quién. Es imposible saber quién conoce a quién ni qué personas finalmente pueden ser valiosas o realmente interesantes para tus intereses personales o profesionales.
16. No hables todo el rato de asuntos profesionales.
17. Hazte visible. Preséntate cuando sea necesario, participa de forma activa en el evento, pregunta, aporta…

18. Tuitea el evento ampliando el efecto de Networking y de la conversación integrando a otras personas que no asisten presencialmente a la actividad.
19. Pon el móvil en silencio y no lo consultes más de lo necesario e intenta dedicar más tiempo a las conversaciones presenciales.
20. Escribe sobre el evento y sobre las personas que has conocido: publicar un artículo en tu blog, menciónalo en Twitter o en Facebook.
21. Algunas de las conversaciones que mantengas en los eventos presenciales pueden ser auténticas entrevistas espontáneas de "selección de personal" de manera inconsciente.

Como hemos visto, las situaciones clásicas de Networking se producen en contextos presenciales o no virtuales y tienen que ver con la interacción en contextos familiares y de amistad, y con contextos profesionales convencionales (ferias, conferencias, seminarios...).

Una práctica especial de relacionarse es la que se produce en eventos específicos de Networking que están proliferando en los últimos tiempos y en los que las técnicas y formas clásicas de relación del mundo presencial se integran con los hábitos y aplicaciones propios de la Web 2.0. Algunas de estas iniciativas son: Speed Networking, Cafe&Jobs, Iniciador, XING, Pink Slip Party, Iniciador, Thursday, First Tuesday, Innosfera, Eats & Twitts, Café y Periodismo, Evento Blog, Beers&Blogs, Cava&Twitts, Café&Finanzas…

5.9. Las Redes Sociales como herramienta para el Networking virtual

Como hemos visto anteriormente, el Networking o gestión planificada y sistemática de los contactos se convierte en la principal herramienta de búsqueda de empleo, siendo Internet el principal medio para potenciarlo gracias a la existencia de las Redes Sociales (Personales y Profesionales).

Las Redes Sociales se definen como estructuras sociales compuestas de grupos de personas, conectadas entre ellas por uno o varios motivos, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

El origen de las Redes Sociales en Internet se remonta, al menos, a 1995, cuando se crea el sitio web classmates.com. En el año 2002 empiezan a surgir sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea, haciéndose popular el término en 2003 con la llegada de sitios tales como MySpace o Xing. La popularidad

de las Redes Sociales creció rápidamente y grandes compañías han entrado en el espacio. Las Redes Sociales continúan avanzando en Internet a pasos agigantados, especialmente dentro de lo que se ha denominado Web 2.0.

Las Redes Sociales difieren fundamentalmente por el tipo de relación que se establece entre los participantes.

Gran parte de este Networking que hasta ahora se hacía de manera presencial se ha desplazado a los entornos 2.0 Web sociales, como Facebook, Twitter, Linkedin, Xing, Viadeo... donde es más fácil no sólo conectar con amigos y hacer nuevos contactos personales y profesionales sino también compartir contenidos, interactuar o crear comunidades sobre intereses similares.

En 2012, el 80% de las empresas usaron las Redes Sociales para reclutar candidatos. De ese número, el 98% usa Linkedin (Red Social profesional de la que hablaremos en la siguiente unidad), el 42% busca en Twitter y el 33% en Facebook. En España, un estudio de la red Viadeo asegura que el 51% de los ciudadanos se vale de la web para encontrar trabajo, el 31% cuenta con un perfil en alguna red profesional y el 10% ha logrado trabajo mediante sus contactos en la red. Además, una de cada seis personas en Estados Unidos ha sido contratada tras buscar empleo en Redes Sociales como LinkedIn, Facebook o Twitter.

Cómo afectan las Redes Sociales al mercado laboral en España
En el siguiente sitio web puedes acceder a la Infografía elaborada por el portal de empleo Infoempleo en el que se analiza de forma gráfica cómo están interactuando las Redes Sociales en el mercado laboral español: http://blog.infoempleo.com/wp-content/uploads/2012/07/InfografiaInforme1.pdf

Llegados a este punto te preguntarás, ¿qué puedo hacer para aprovechar al máximo el potencial de las Redes Sociales? El objetivo será crearte una red de contactos de tal

forma que las posibles oportunidades laborales que surjan sean cubiertas por los miembros y tú estés entre ellos.

A continuación te vamos a dar una serie de recomendaciones para el aprovechamiento de las Redes Sociales y de las herramientas 2.0 y así poner en marcha un Networking virtual más cerca del éxito:

1. **Abre un perfil o CV online y dedica un tiempo** al menos una vez por semana a actualizarlo y mejorarlo. Siempre encontrarás algo para cambiar.
2. **No mezcles información personal-familiar y profesional.** Si lo haces revisa bien lo que publicas con carácter personal. Tus aficiones o tu vida familiar y personal deberían ser el 1% de tu identidad pública, no el 99%. Si fuera necesario crea dos perfiles diferentes y cuida mucho la privacidad del perfil personal para que no sea público.
3. **Actualiza el contenido de tu perfil**. Es un elemento clave que el resto de la comunidad pueda estar al día de tus inquietudes, proyectos, aptitudes, iniciativas y expectativas. Aprovecha siempre el espacio que se te proporciona.
4. **Explica muy bien lo que deseas** como profesional **y lo que puedes aportar** a un posible empleador. Pon en la cabecera de tu perfil el empleo que quieres.
5. **Sé sincero. Trata de inspirar confianza** y no mientas nunca con los datos. Puede ser tu tumba si consigues una oportunidad y se dan cuenta que has mentido.
6. **No acumules contactos sin criterio, selecciónalos y cuídalos.** No conectes con cualquiera por tener una red “sin valor” muy grande. Intenta contactar con expertos de tu campo de actividad, expertos en desarrollo de carrera, cazatalentos y profesionales del reclutamiento, asociaciones de alumnos, escuelas de negocios o empleadores potenciales, personal de recursos humanos que esté contratando para la posición que estás buscando...
7. **Sigue a los que te interesan o han entrado en tu círculo** a través de Twitter, Linkedin, sus blogs... Es tan importante construir tu red como mantenerla adecuadamente. De hecho, es así como realmente ésta se retroalimenta.
8. **Destaca los rasgos más significativos de tu personalidad** y cuida la información de tu perfil.
9. **Acude a eventos de tu área profesional de interés y de otras áreas tangenciales o relacionadas.** Nunca sabes a quién puedes conocer allí.
10. **Selecciona las Redes Sociales en las que quieres estar.** Selecciona las más adecuadas a tus necesidades y objetivos.
11. **Antes de pagar en alguna Red, valora** lo que aporta.
12. **Escribe sobre tu especialidad**. Publica algo que muestre algo sobre lo que quieres hacer cada día. Si quieres ser formador habla de formación, incluye

enlaces sobre didáctica y aprendizaje, opina, retuitea, incluye recursos en tu blog o perfil en Redes Sociales.

13. **Usa las búsquedas en Facebook para encontrar ofertas actuales**. Por ejemplo, busca cosas como "Se buscan diseñadores". También puedes crear anuncios, vinculados a tu perfil, ofreciéndote para realizar algún trabajo.
14. **Usa los hashtags en Twitter** para encontrar ofertas laborales u ofrecer tus servicios profesionales. Estos son algunos ejemplos: #trabajo, #ofertatrabajo, #laboral o #empleo.
15. **Aumenta tu visibilidad dando visibilidad a otros** contactos del mismo perfil o área de interés. Invita a otros usuarios Twitter a leer artículos de tu blog, retuitea y enlaza las anotaciones de otros blogs relacionadas con tus intereses profesionales.
16. **Facilita la tarea a otros contactos.** Retuitea de mensajes de empleo (si son interesantes para tus amigos profesionales o para ti), bloguea sobre ofertas de empleo, pon en contacto y facilita relaciones.
17. **Practica "SEO" personal**. Posicionamiento personal permitiendo que la gente pueda encontrarte. Utiliza la herramienta Keyword de Google AdWords. Haz una búsqueda con una palabra que pienses que representa mejor lo que quieres hacer. Los resultados se corresponderán con lo que la gente busca. Utiliza esas palabras para incluirlas en tu perfil online, e-CV, blog, facebook, # en Twitter, Linkedin...

¡Ojo! Estas técnicas de e-Networking están especialmente dirigidas a la búsqueda de empleo pero pueden extrapolarse fácilmente a emprender un negocio o incrementar las ventas.

¿Cuáles son las Redes Sociales más importantes en las que puedes crear tu perfil profesional y poner en práctica lo que has aprendido sobre Networking?

1. Redes Sociales Personales:
    1. Facebook: http://www.facebook.com
    2. Google+: https://plus.google.com
    3. Twitter: http://www.twitter.com
    4. Flickr: http://www.flickr.com
    5. Tuenti: http://www.tuenti.com
    6. Pinterest: http://www.pinterest.com
    7. Instagram: http://www.instagram.com (Aplicación móvil Red Social)
2. Redes Sociales Profesionales:
    1. Linkedin: http://www.linkedin.com

2. Viadeo: http://www.viadeo.com
3. Xing: http://www.xing.com

3. Otras Redes: Te recomendamos que le eches un vistazo al documento "Chuleta de Redes Sociales" en la sección de Ampliar para que conozcas algunas más (tanto generales como verticales o especializadas en un tema concreto)

Vigila estas Redes Sociales para 2013: http://www.elconfidencial.com/tecnologia/blogs/social-24-7/2013/01/22/redes-sociales-que-hay-que-vigilar-en-2013-4059/

Finalmente nos gustaría indicarte que hay otras **herramientas de productividad** que te facilitan una gestión eficiente y simultánea si tienes perfil en varios medios o Redes Sociales. Te ahorrarán tiempo, trabajo y te mantendrán ordenado. http://www.hootsuite.com / http://www.tweetdeck.com

En resumen, podríamos decir que

> El networking depende de ti mismo y recuerda que se basa en cuatro conceptos: "caer bien", gestionar adecuadamente la información sobre tus contactos, "estar conectado en el mundo", y conocer gente. Combina networking presencial y virtual haciendo un uso coherente de las herramientas 2.0 y de las Redes Sociales.

6. Linkedin: La Red Social Profesional de referencia

Linkedin (www.linkedin.com) es un sitio web orientado a negocios, fundado en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003. Es un servicio comparable a una Red Social, con la diferencia de que su uso es profesional y no lúdico.

En octubre de 2008, tenía más de 25 millones de usuarios registrados extendiéndose a 150 industrias. En febrero de 2012, dispone de más de 185 millones de usuarios registrados, de más de 200 países, que abarcan todas las empresas de la lista de la revista Fortune de las 500 mayores empresas estadounidenses. Es seguida en un lejano segundo lugar por la red Viadeo (www.viadeo.com)

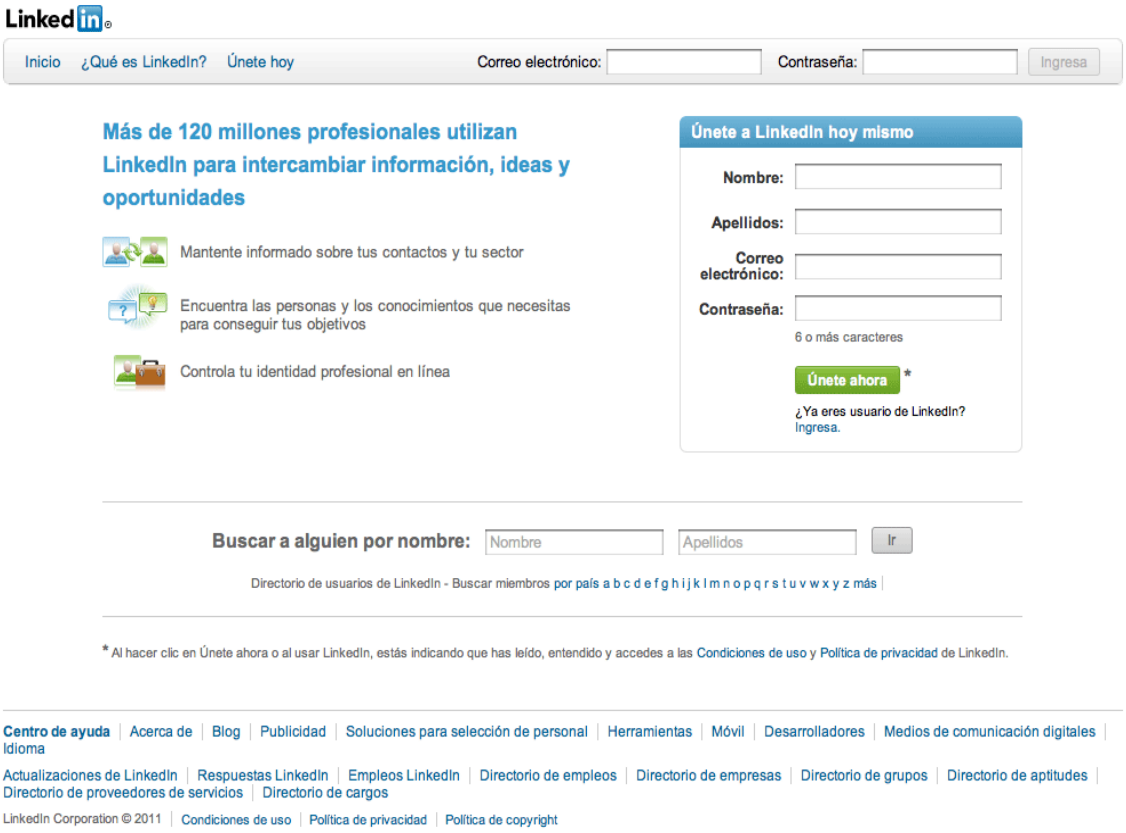
Échale un vistazo a la infografía sobre los datos de Linkedin en 2012, comprenderás su importancia como herramienta para el Networking Digital: http://www.website-monitoring.com/blog/2012/12/10/linkedin-facts-and-figures-infographic/

¿Recuerdas lo que comentábamos antes de la **visibilidad**? Bien, pues Linkedin es la **Red Social profesional en la que tienes que estar necesariamente si quieres potenciar tu empleabilidad**. No sólo te permite tener un Currículum online, sino que te posibilita crear, mantener y desarrollar tu red de contactos. Linkedin es sinónimo de Networking Digital "puro y duro"

Veamos a continuación los pasos a seguir para crear tu perfil en Linkedin. Antes de comenzar una nota importante: **es fundamental que completes tu perfil al menos al 90% antes de darlo a conocer**. Quizás no puedas hacerlo en un sólo día; no importa, continua al día siguiente pero asegúrate de que está casi completo.

6.1. Cómo crear un perfil en Linkedin

Paso 1: Visita el sitio de Linkedin:

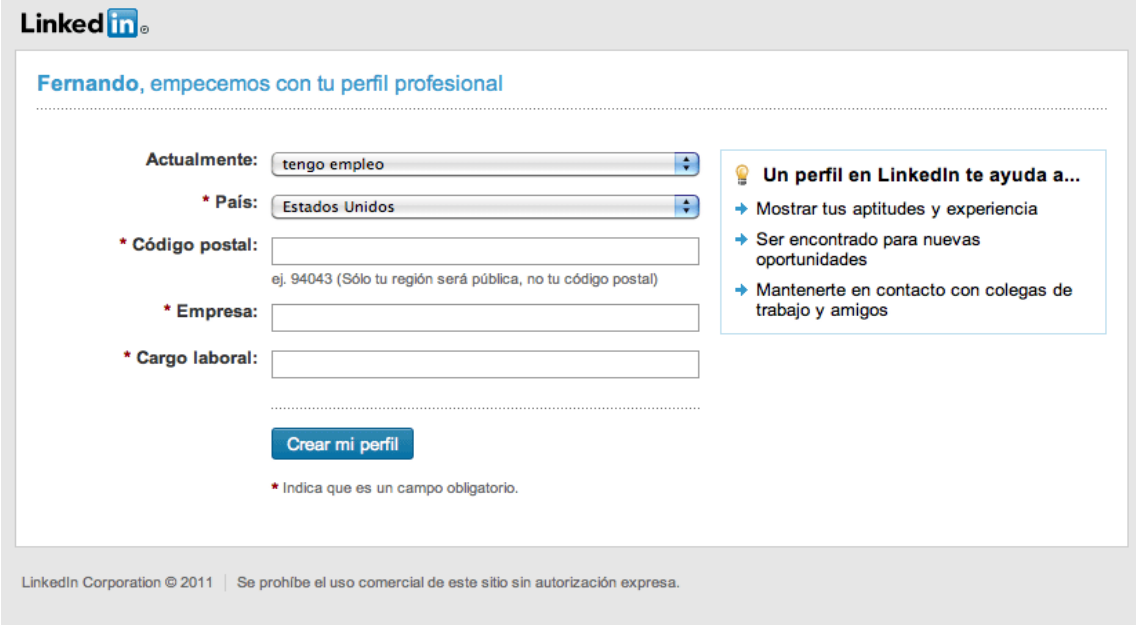


Abre tu navegador de Internet y visita la página web inicial de Linkedin . Si el idioma en que se te presenta no es español puedes cambiarlo en la zona inferior de la página.

Desde aquí puedes comenzar el proceso de registro, completando la información que se te pide en la sección “Únete a Linkedin hoy mismo”.

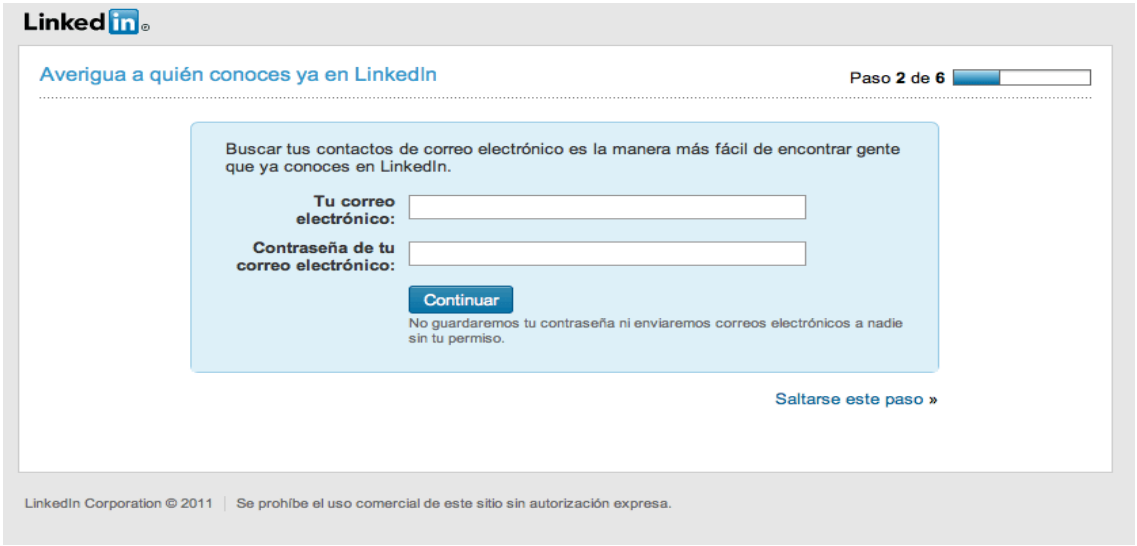
Linkedin es una red orientada a profesionales, por lo que es recomendable usar tu nombre y apellidos por los cuales deseas ser reconocido. Introduce además tu email profesional y crea una clave de acceso que te sea fácil recordar.

Paso 2: Introduce tus datos profesionales básicos



A continuación Linkedin te hará una serie de preguntas para comenzar a completar tu perfil profesional. La primera pregunta a responder determinará las siguientes que se te presenten, por lo que es importante que elijas la correcta: ¿Tienes ya un empleo o estás buscando uno? ¿Eres un estudiante o el dueño de una empresa? Dependiendo de tus respuestas, completa los datos siguientes que se te piden, entre los cuales se puede incluir país de residencia, cargo, empresa, sector laboral donde deseas trabajar o universidad donde estudias, entre otras opciones.

Una vez hayas ingresado los datos necesarios, haz click en “Crear mi perfil”.



Paso 3: Importa contactos desde tu cuenta de email

En el paso siguiente Linkedin te ofrecerá hacer una búsqueda en tu cuenta de email para ver si tienes contactos que ya sean usuarios de Linkedin para conectar con ellos.

Si estás de acuerdo con esto, deberás introducir tu email y la clave para ingresar a esa cuenta de email. Si no deseas que Linkedin busque dentro de tu email, puedes hacer click en “Saltarse este paso”.

En estos momentos **debo recomendarte que te saltes este paso**. La razón es muy sencilla: entre los contactos de tu correo tendrás a tus padres, amigos, colegas, a tu pareja... Mucha gente que no tiene tus intereses profesionales. Y ya hemos comentado en la unidad didáctica anterior la importancia de que selecciones a tus contactos.

Paso 4: Verifica tu dirección de email

En este momento Linkedin te pedirá verificar el email que ingresaste en el primer paso para asegurarse de que tu cuenta pertenece a una persona real. Consulta entonces tu correo electrónico y sigue los pasos que se te indican en el mensaje de Linkedin para verificarlo y continuar con la creación de tu perfil.

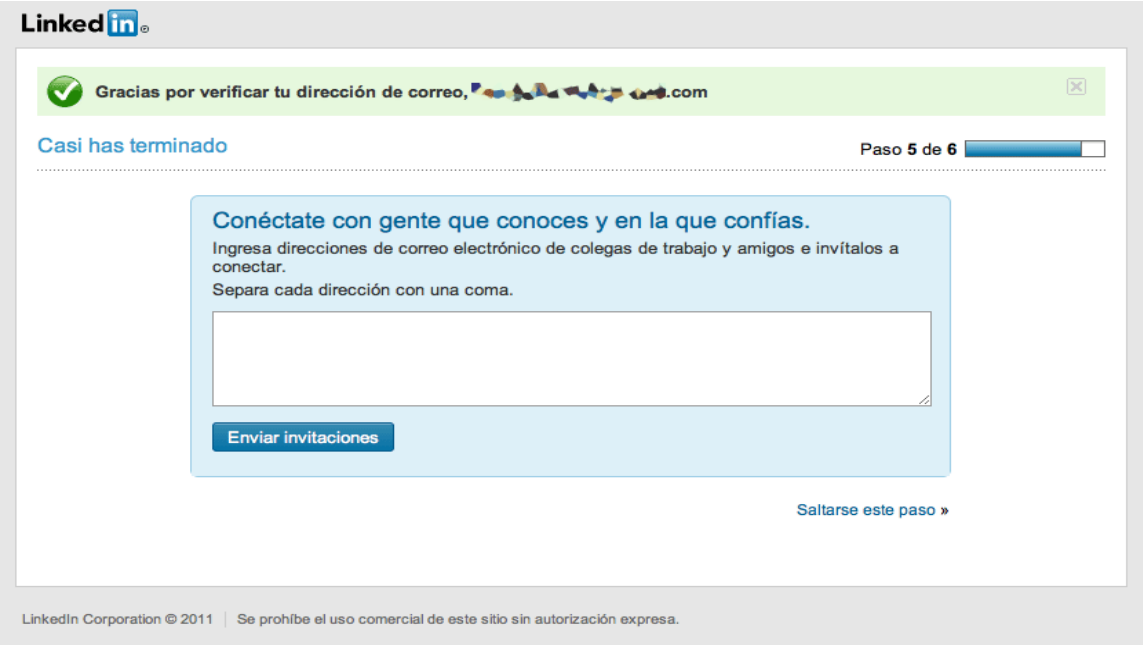
Paso 5: Continúa creando tu perfil

Una vez hayas hecho click en el enlace incluido dentro del mensaje que Linkedin te envió, volverás a ver en tu navegador un mensaje relacionado con verificar por segunda vez tu cuenta de email. Por ahora y para continuar el proceso, debes hacer click en el botón “Confirmar”.

Paso 6: Ingresa a Linkedin por primera vez

Éste es el paso donde deberás entrar a tu nuevo perfil de Linkedin por primera vez. Introduce tu email y la clave de acceso que creaste en el primer paso de esta guía, y haz click en “Ingresa”.

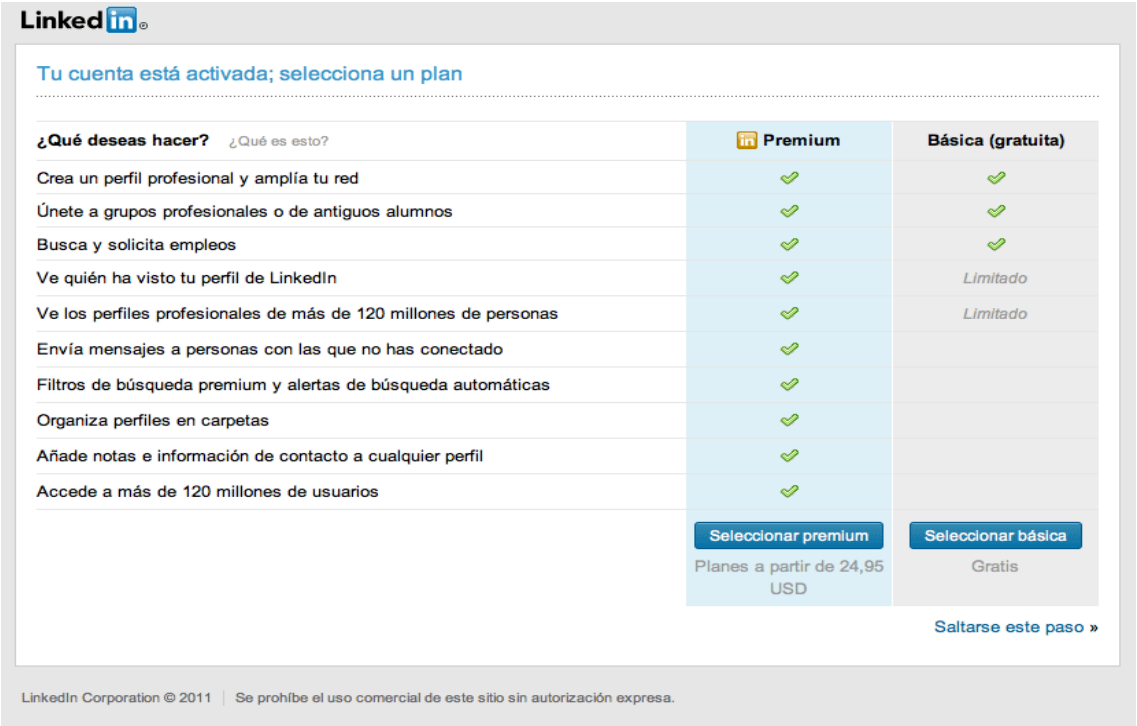
Paso 7: Invita a contactos y profesionales que conozcas



Ya has completado la verificación de tu email y Linkedin te lo hace saber en la parte superior del mensaje que ves en tu navegador. Ahora puedes introducir direcciones de email de gente que conozcas para invitarlos a conectarse contigo en Linkedin. Si haces esto, recuerda separar cada dirección con una coma y hacer click en <"Enviar invitaciones" una vez hayas terminado de ingresarlas.

Si no estás interesado en enviar invitaciones, puedes hacer click en "Saltarse este paso". Es recomendable que lleves a cabo este paso **sólo si tienes muy claro a quien vas a enviar la invitación**, es decir, si ya tienes una lista de contactos profesionales elaborada con antelación.

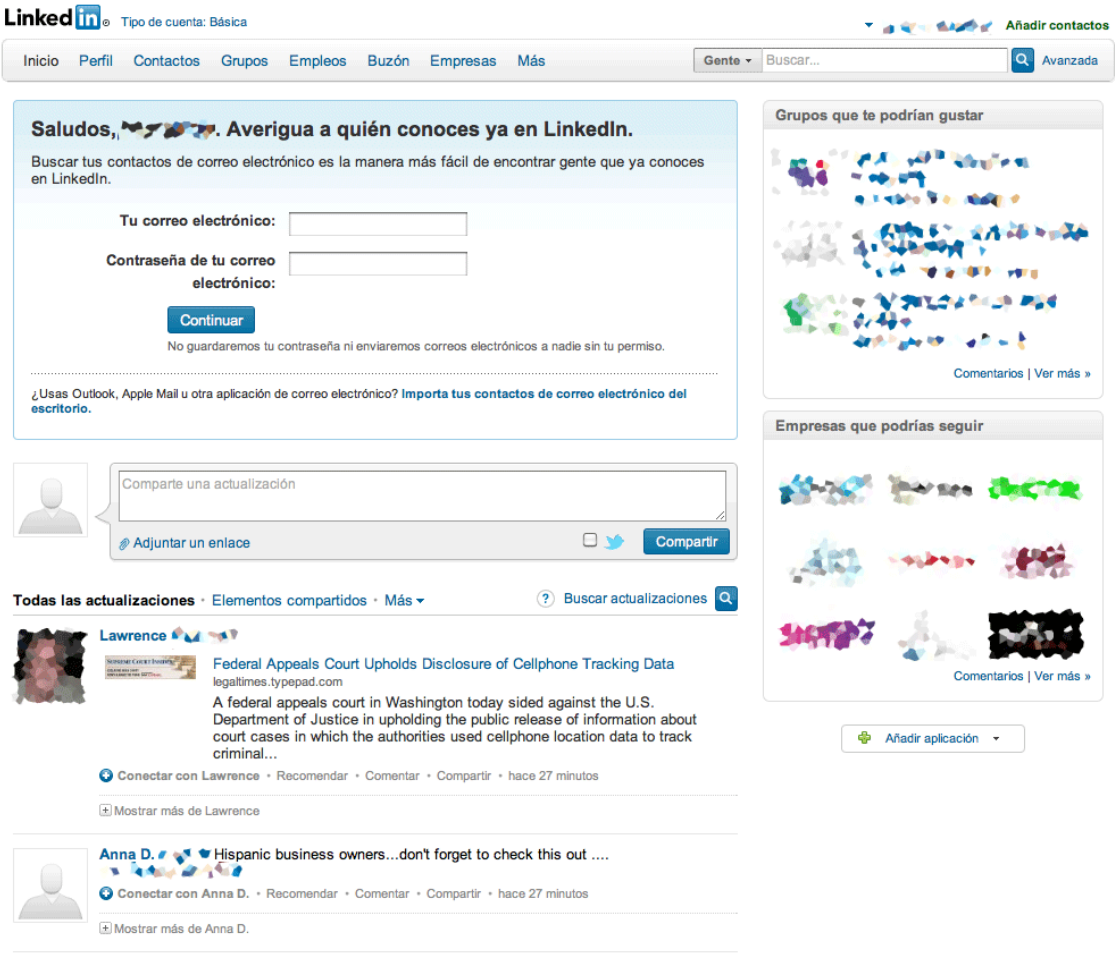
Paso 8: Selecciona tu plan



Tu cuenta ya está activada y ahora Linkedin te presentará dos tipos de plan a elegir para tu cuenta personal, los que se dividen en una cuenta Premium (de pago) o una Básica (gratuita). Si deseas conocer más información sobre los beneficios de cada uno de estos puntos, tan solo ubica el puntero sobre el texto y una ventana emergente te entregará más detalles sobre ellos.

De momento la cuenta Básica será más que suficiente para tus necesidades, por lo que te recomiendo hacer click en “Seleccionar básica”. Si lo deseas también puedes hacer click en “Saltarse este paso” y hacer esta elección más tarde.

Paso 9: Comienza a sacarle provecho a tu nuevo perfil



¡Ya tienes tu perfil en Linkedin! Ahora es el momento de introducir más datos en él, buscar trabajo, unirte a grupos de conversación, leer noticias relacionadas a las industrias de tu interés y expandir tu red de contactos profesionales.

Linkedin es una herramienta laboral y social muy útil, por lo que te invito a que aprendas más acerca de sus funciones y posibilidades para sacarle el máximo provecho. Veamos a continuación cómo usarlo para buscar trabajo.

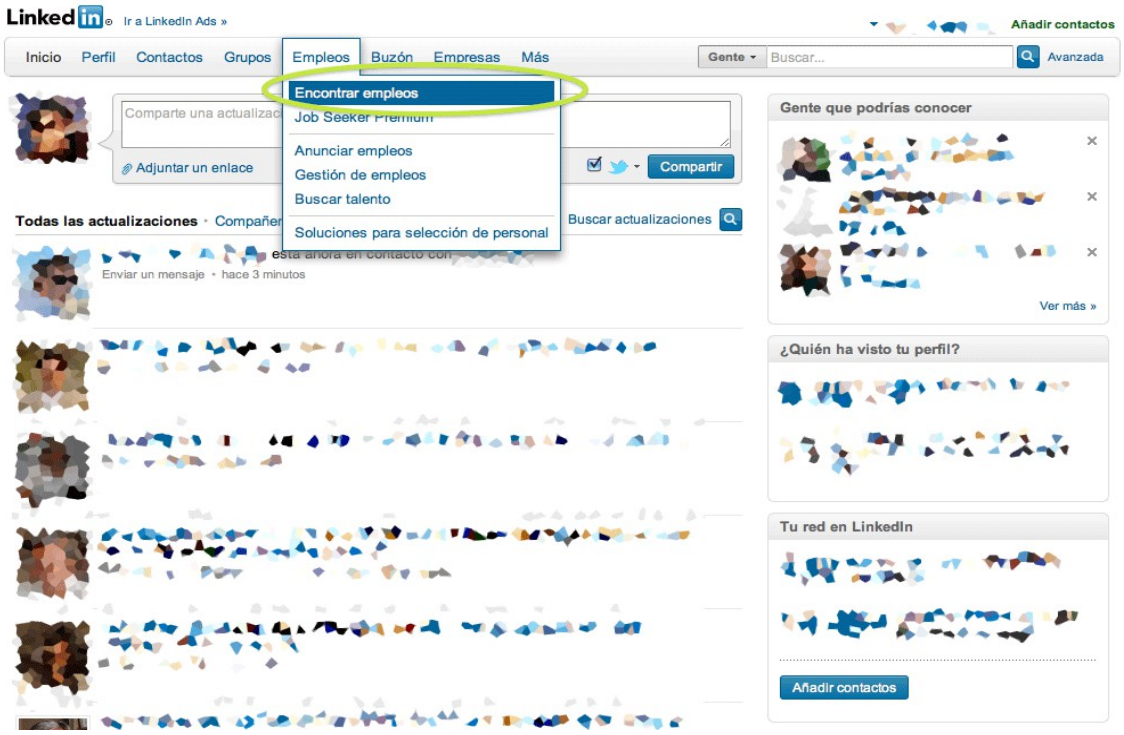
6.2. Cómo buscar trabajo con Linkedin

Paso 1. Ingresa a tu cuenta personal en Linkedin

Buscar trabajo en Linkedin es muy sencillo. En primer lugar debes ir a la página inicial de Linkedin e ingresar en tu cuenta utilizando tu email y contraseña.

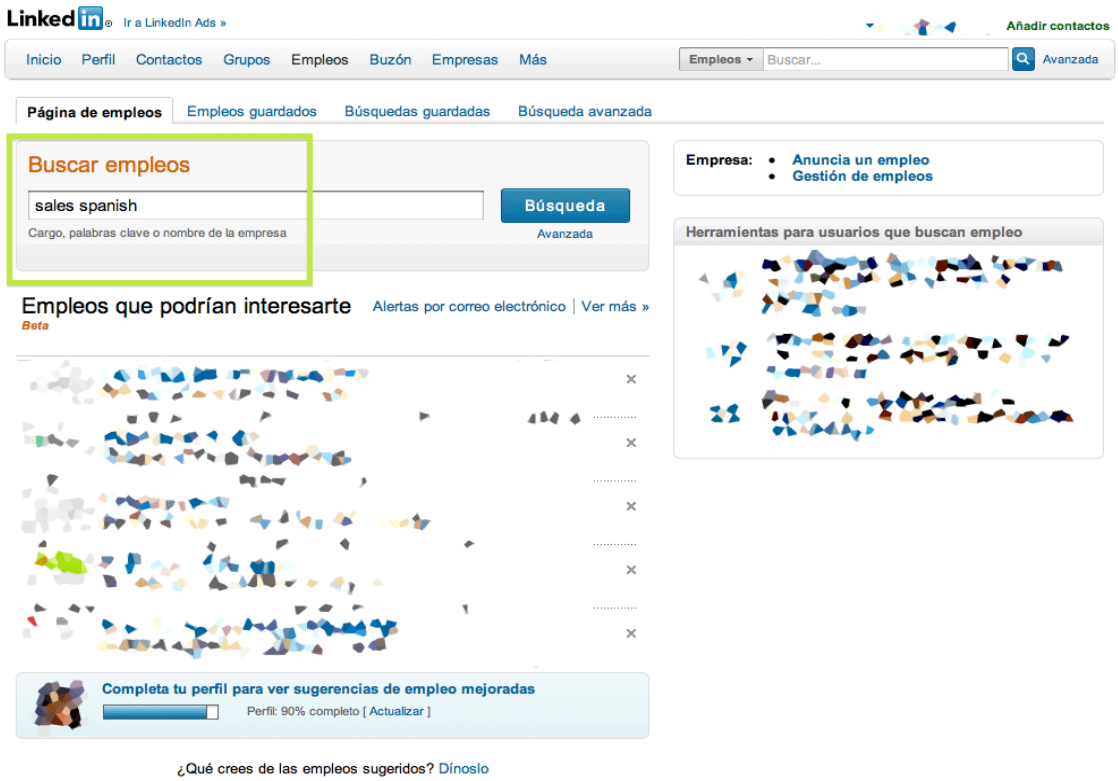
Una vez hayas ingresado a tu cuenta, continúa leyendo el siguiente paso.

Paso 2. Dirígete a la sección de Empleos



Cuando hayas ingresado verás la página principal de Linkedin que te muestra noticias y actualizaciones de tus contactos. En la zona superior de esta página podrás ver un menú con diferentes categorías. Ubica el puntero de tu ratón sobre la sección Empleos de este menú. De manera casi instantánea se desplegará un submenú debajo. Cuando ocurra esto, elige la opción “Encontrar empleos” y haz click en ella.

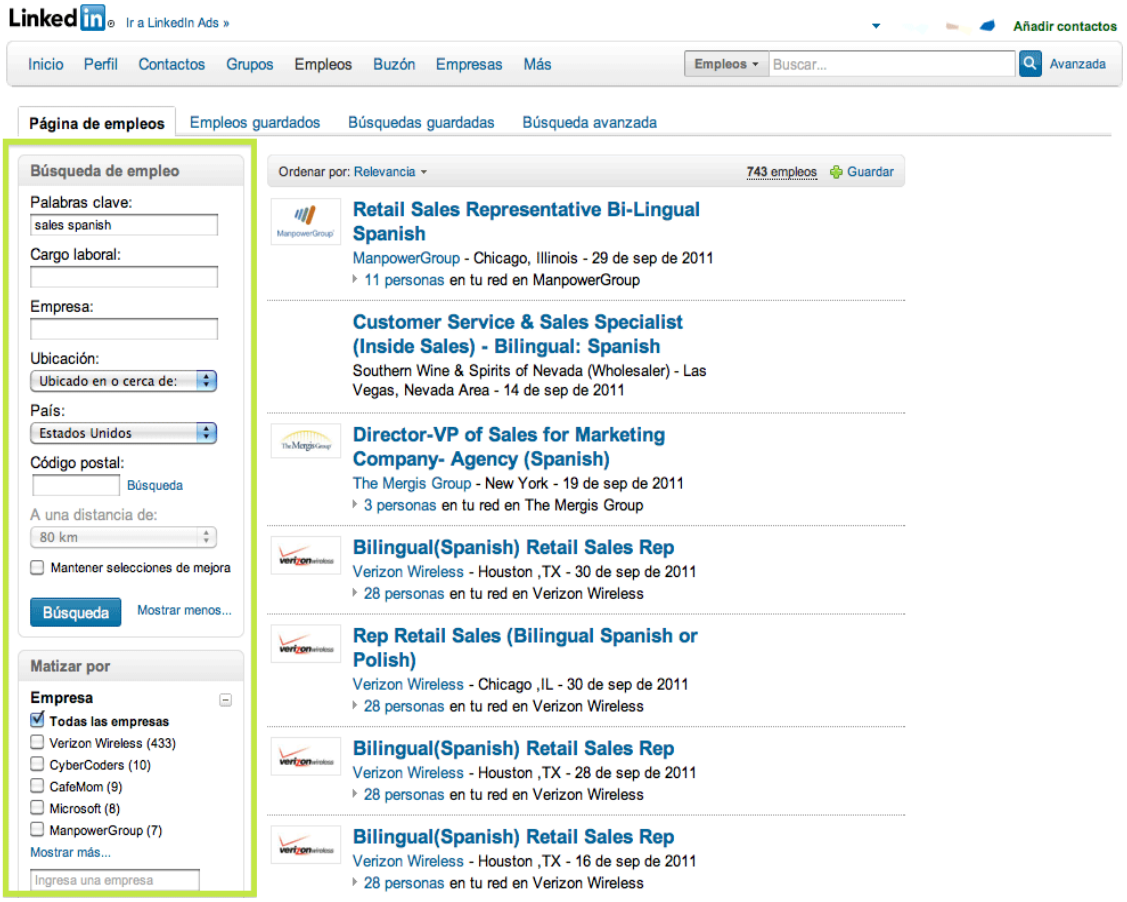
Paso 3. Página de empleos



Verás ahora la página de Empleos de Linkedin. Aquí tendrás dos opciones para realizar tu búsqueda:

1. **Búsqueda sencilla**: podrás ingresar palabras clave, como el nombre de una empresa o cargo, para luego hacer click en el botón “Búsqueda”. Esta opción te entregará por lo general una gran cantidad de resultados que más adelante podrás filtrar para definir mejor las ofertas que te interesan.
2. **Búsqueda avanzada**: accesible bajo el botón “Búsqueda” o desde el menú. Te permitirá usar filtros previos a tu búsqueda, devolviendo así menos resultados pero más enfocados en tu interés.

Resultados de búsqueda sencilla

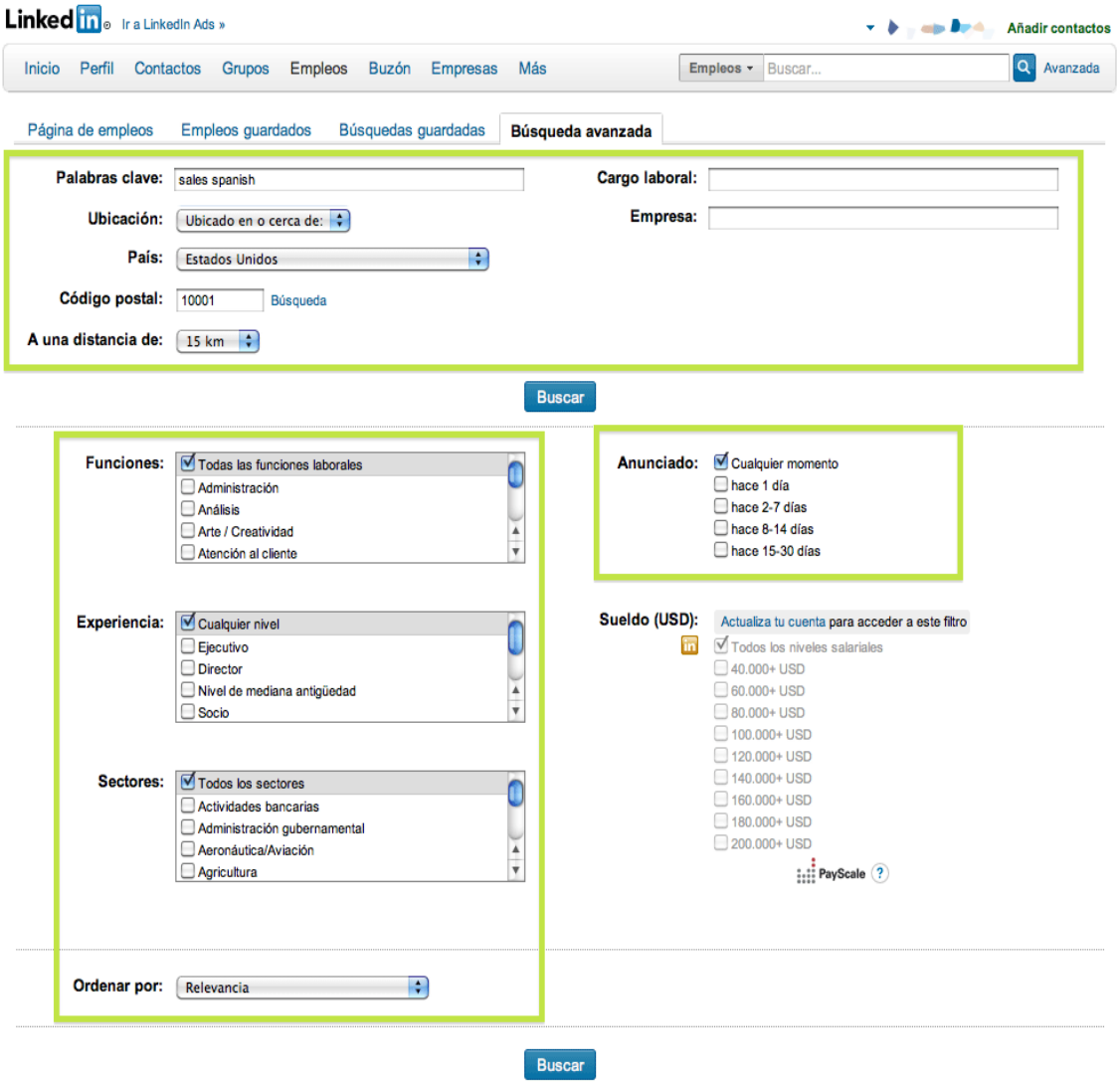


Después de haber ingresado las palabras claves de tu preferencia, en este ejemplo “sales spanish”, Linkedin te presentará un listado general de ofertas laborales relacionadas con estas palabras.

En la columna izquierda de la página podrás ver diferentes filtros que Linkedin te ofrece para reducir el número de resultados que se te presentan. De esta forma podrás filtrar los resultados de acuerdo al título o cargo específico que buscas, la fecha en que el aviso fue publicado o la ciudad y país en el cual deseas trabajar. También podrás usar como filtro el nombre de la compañía o el área industrial en donde te interesa trabajar, entre otras opciones.

Cuando una oferta te parezca atractiva, haz click sobre ella para leer más detalles y continúa leyendo el paso 4.

Búsqueda avanzada



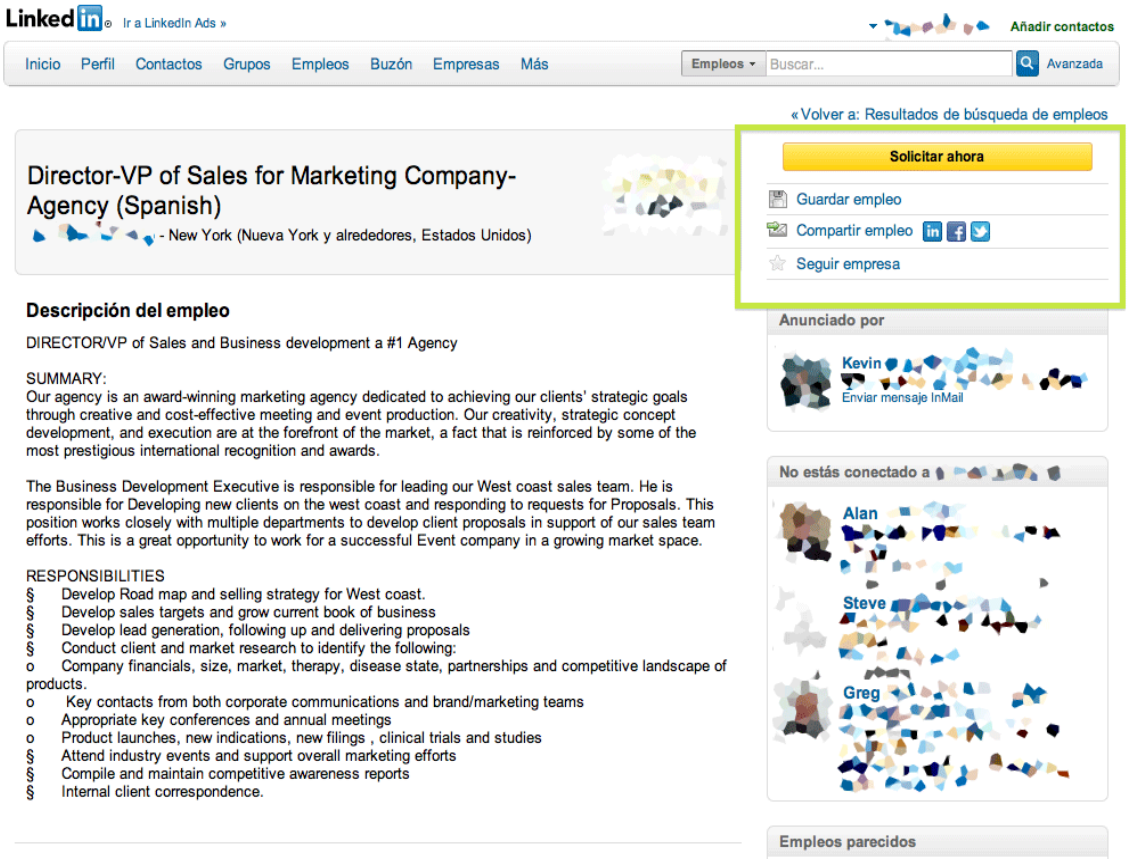
Si has elegido realizar una búsqueda avanzada, se te presentará una pagina como la de la imagen.

En esta página podrás introducir inmediatamente todos los detalles del trabajo que estás buscando, como por ejemplo ciudad o país donde deseas trabajar, título o cargo que buscas, función, experiencia y sectores. La opción de buscar por sueldo o salario está disponible para usuarios Premium de Linkedin, pero no es imprescindible para poder encontrar buenas ofertas.

Una vez hagas click en “Buscar”, se te presentará un listado de ofertas laborales, donde podrás seguir filtrando resultados hasta encontrar una oferta atractiva.

Cuando encuentres una oferta que te interese, haz click sobre ella para conocer más detalles y continúa leyendo el siguiente paso.

Paso 4. Revisa la oferta



Ahora verás los detalles de la oferta de empleo elegida.

En la columna izquierda podrás leer los detalles básicos de esta oferta y el nombre de la empresa o empleador que la ha publicado.

En la columna derecha podrás ver un número de opciones que Linkedin te presenta:

1. Haciendo click en “Guardar” podrás enviar tu candidatura más adelante.
2. “Compartir” te permitirá publicar esta oferta en tu cuenta de Twitter o Facebook, lo que puede ser útil si tienes amigos a los cuales este trabajo les puede interesar.
3. La opción “Seguir empresa” te mantendrá informado en tu cuenta de Linkedin acerca de las novedades que esta empresa publique en su perfil dentro de esta red.

Adicionalmente podrás ver también el nombre de la persona que ha publicado esta oferta y los nombres de otros profesionales que trabajen en ella.

El botón más importante de todos es “Solicitar ahora”. Haciendo click en él podrás

enviar tu candidatura al puesto, como se indica a continuación.

Paso 5. Verifica tus datos

La siguiente ventana emergente te permitirá verificar tus datos personales, los que se enviarán a la empresa a la cual estás postulando para este trabajo. Esta es una de las razones por las cuales es conveniente tener un perfil completo en Linkedin.

Aquí podrás asegurarte de que tus datos profesionales y personales sean los correctos. Podrás también escribir una carta de presentación o texto de introducción y adjuntar tu Currículum en formato Word o PDF, entre otros.

Una vez hayas confirmado que tus datos sean los correctos, recuerda hacer click en el botón “Enviar”. Tu candidatura no se enviará hasta que hagas click en este botón.

Paso 6. Confirmación

En este momento tus datos ya han sido enviados y a continuación Linkedin te mostrará una pagina de confirmación.

La candidatura también quedará registrada en tu cuenta de Linkedin en la sección “Empleos guardados”, que se encuentra dentro de la sección “Empleos”. Dentro de esta misma sección podrás ver los empleos que hayas guardado para enviar tu candidatura más adelante. Ten en cuenta que estas ofertas tienen fecha de caducidad, por lo que es recomendable enviar tu Currículum lo antes posible.

Al inscribirte en una oferta de empleo, recibirás también un email de confirmación por parte de Linkedin, tal como se muestra en la imagen. En este correo se incluirán los datos que introdujiste en tu carta de presentación.

6.3. Haz contactos y cultiva tu marca personal con Linkedin

Linkedin ofrece otras muchas funcionalidades y posibilidades a sus usuarios todas ellas orientadas a la práctica del Networking en todas sus fases. Desde la entrada en contacto de manera espontánea, seguimiento y recomendación de personas, invitaciones a tu red o a la de otros, inclusión de referencia profesionales hasta participación en grupos de temas específicos (y no tan específicos) e integración con otras aplicaciones (Slideshare, Wordpress...)

Una curiosidad, puedes acceder a las personas más influyentes a través de Linkedin.
http://www.linkedin.com/today/post/whoToFollow?trk=hb_ft_influencers

Te recomendamos la visita al siguiente sitio web para ampliar tus conocimientos sobre estas últimas funcionalidades Linkedin y copnocer las posibilidades que ofrece: http://www.exprimiendoLinkedin.com

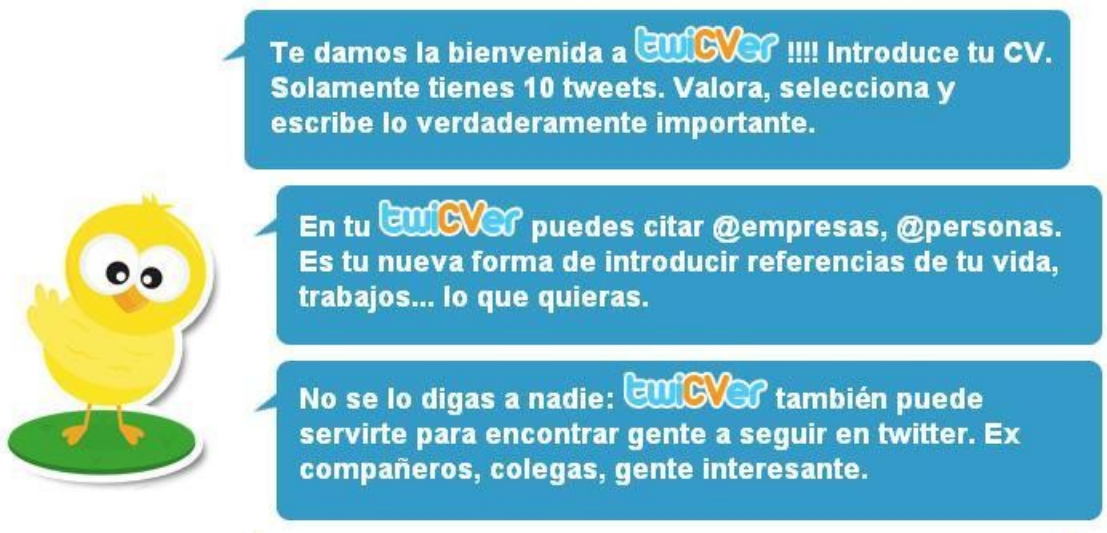
Ahora, ¿a qué esperas? Comienza ahora a usar Linkedin... y a aprovechar al máximo todo su potencial..... ¡¡¡ Y EL TUYO!!

7. Herramientas para encontrar empleo en Facebook y Twitter

Ya hemos comentado a lo largo de todo el curso la importancia de crear una marca personal, de hacerla visible en Facebook, Twitter y otras Redes Sociales, así como de crear una red de contactos profesionales, con Linkedin, que nos posibilite encontrar un empleo y mantener nuestro Currículum Digital.

A continuación vamos a presentar otras herramientas que pueden mejorar las que ya estamos utilizando para encontrar un empleo.

7.1. TwiCVer o cómo buscar trabajo con Twitter



A lo largo de este curso hemos nombrado a Twitter en múltiples ocasiones. Esta herramienta de microblogging nos permite "lanzar al mundo" nuestros pensamientos, brevemente, en cada momento (tweets), participar con nuestra opinión de otras opiniones o eventos (hashtags), seguir a otras personas (follow) y reenviar otros pensamientos o noticias importantes (retweet).

De igual forma hemos hablado de los avances tecnológicos, de la importancia de las Redes Sociales y de cómo aprovecharlas para buscar trabajo. Y cuando unimos Twitter y la búsqueda de empleo surge TwiCVer. La herramienta se basa en un dato demoledor: "los evaluadores dedican una media de 20 segundos a leer cada curriculum recibido". Así pues, ¿qué mejor que crear un curriculum que se pueda leer íntegramente en ese tiempo? Para eso sirve esta herramienta.

Para registrarte en este servicio tan sólo debes acudir a la web www.twicver.com y acceder con los datos de tu cuenta en Twitter. A continuación se te presentará un formulario con 10 campos, cada uno limitado a 140 caracteres, en donde debes introducir los distintos apartados de tu Currículum (formación, experiencia...). Los campos no son obligatorios, pero es muy recomendable cumplimentarlos todos.

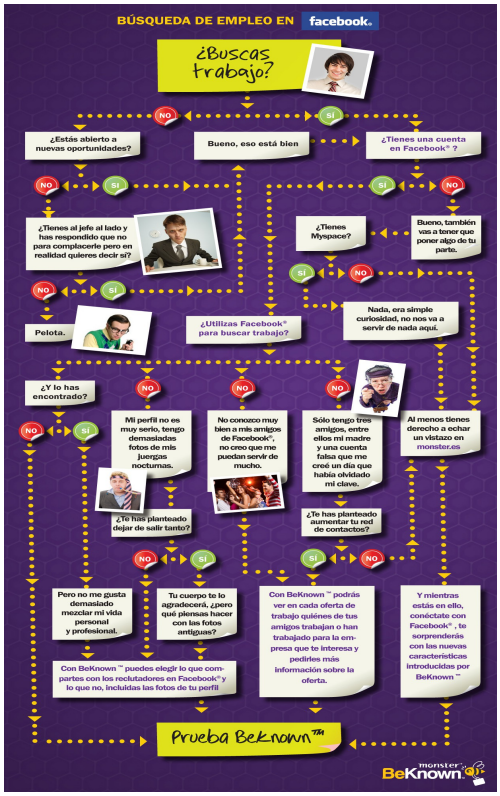
Una vez rellenados todos los campos (que se convertirán cada uno en un tweet) se te presentará la opción la opción "Compartir en Twitter". Si lo haces se creará en tu perfil de Twitter un enlace a tu "tweet-curriculum" y ya estarás registrado como candidato en búsqueda de empleo.

Además, si usas Twicver podrás enviar tu curriculum vitae por correo electrónico sin adjuntar ningún archivo; sólo deberás incluir el enlace a tu Twicver para que el evaluador lo visualice online.

Esta revolucionaria aplicación del mercado laboral cuenta ya con más de 3.000 usuarios y 250 empresas reclutadoras.

http://www.twicver.com/es

7.2. BeKnown: usar Facebook para encontrar trabajo



BeKnown es el intento de Facebook por ofrecer a sus usuarios más utilidad que la únicamente lúdica. Facebook no se ha creado para hacer negocios o hacer contactos de trabajo sino para estar en contacto con amigos y conocidos y, ocasionalmente, hacer negocios. Esto no quita que se utilice también para cosas de trabajo, de hecho hay cientos de libros y manuales sobre cómo hacerlo. Pero va en contra del espíritu original de la Red Social y, de hecho, suscita críticas en su comunidad de usuarios.

Así, con la colaboración de Monster, uno de los más importantes portales de empleo del mundo, ha integrado en su sitio web BeKnown, una aplicación de networking profesional diseñada para que los usuarios

puedan establecer una red profesional de contactos en el entorno de su Red Social.

A través de BeKnown, podrás utilizar tus contactos personales y crear otros profesionales, aprovechando las relaciones en ambos ámbitos para hacer crecer tu red profesional. Al mismo tiempo, puedes conseguir incrementar la notoriedad online de tu perfil profesional y encontrar nuevas oportunidades laborales.

Monster garantiza que los usuarios pueden "mantener separadas las actividades entre amigos y familiares de las que mantienen con sus contactos profesionales". Si quieres probar cómo funciona sólo tienes que hacer click en este enlace http://apps.facebook.com/beknown/ y dar los permisos necesarios a la aplicación.

7.3. SocialJobs

El pasado 13 de noviembre, Facebook lanzó su propia aplicación para buscar empleo: SocialJobs.

Actualmente sólo está disponible para buscar trabajo en Estados Unidos por lo que si estás planteándote cruzar el charco te puede ser de gran utilidad.

De momento, la aplicación, que ha sido elaborada mediante un acuerdo con el Departamento de Trabajo de Estados Unidos, publica los empleos de páginas online de trabajo "tradicionales" como Monster.com, BranchOut, Jobvite y Work4labs, con las que Facebook ha establecido acuerdos.

Según se indica en la propia aplicación, su objetivo es facilitar el contacto entre grandes empleos y grandes candidatos. A fecha de febrero de 2013 hay más de 2,4 millones de ofertas de empleo publicadas.

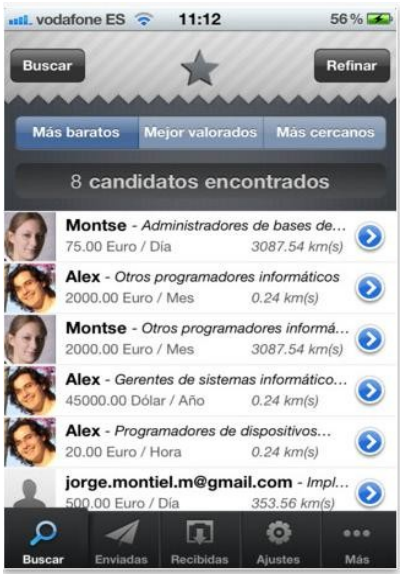
La aplicación permite filtrar los resultados por palabra clave, sector y localización. De momento, la aplicación no ofrece muchas más funcionalidades como LinkedIn, pero seguro que irá mejorando poco a poco.

https://www.facebook.com/socialjobs

7.4. CasualJobs

¿Qué es CasualJobs?
Es una aplicación para iPhone (aunque está previsto que esté disponible para Android) que permite ser un punto de encuentro entre profesionales y gente que quiera contratar a estos profesionales pero de un modo distinto a lo que conocemos gracias a

los típicos portales de Internet de ofertas de trabajo.



¿Cómo funciona CasualJobs?
Pues, como ellos mismos aseguran, funciona diferente. El inconveniente de los portales de ofertas de empleo de Internet es que el usuario tiene que apuntarse a ofertas de empleo que ofrecen empresas y, una vez apuntado, tiene que ir entrando en la cuenta de forma constante para ver si tiene alguna novedad en el panel de control (algún mensaje, alguna convocatoria de entrevista...).

Con CasualJobs esto no ocurre porque el sistema está creado de otra forma. El usuario que quiere encontrar trabajo se descarga la aplicación en su móvil, se inscribe al perfil/es en que desee aparecer... ¡Ya está!, no hay que hacer nada más que esperar.

Después, quien necesita contratar personal con un perfil determinado puede buscar candidatos y ponerse en contacto con esas personas de forma directa y ofrecerles empleo. Además puede realizar filtros por precio, perfil, distancia, por valoración de otros usuarios...

Es decir, si antes estábamos acostumbrados a tener que escoger el trabajo, ahora es el trabajo el que te escoge a ti atendiendo al perfil que tengas.

Una nota importante... Si recibes una oferta de trabajo, y la aceptas, deberás pagar 1,59 euros para conocer los datos de contacto de quien quiere contratarte. No es mucho, ¿no?

7.5. Otras aplicaciones para Facebook y Twitter

La situación actual y el crecimiento exponencial de iniciativas para facilitar la conexión entre demandantes y ofertantes de empleo también ha llegado a Facebook y Twitter más allá de las principales aplicaciones que te hemos mostrado anteriormente.

En el caso de Facebook puedes lanzar búsquedaa una vez iniciada tu sesión con los términos empleo o trabajo para identificar fuentes, empresas o grupos que recopilan u ofrecen empleo.

Conviene destacar la creación por parte de Facebook del “nuevo Facebook para

profesionales", servicio con gran éxito en EEUU. http://branchout.com

Puedes encontrar otras aplicaciones de Facebook para buscar empleo en: http://www.reclutando.net/aplicaciones-de-facebook-para-la-busqueda-de-empleo/

En el caso de Twitter, haz lo mismo. Busca con #empleo o insertando directamente empleo en el cuadro de búsqueda. Utiliza la búsqueda avanzada para filtrar. https://twitter.com/search?q=empleo&src=typd

Prueba también aquí. Son iniciativas web pero que se apoyan en Twitter para difundir también sus ofertas de empleo:

1. http://www.tuiempleo.com
2. http://www.tweetempleo.com
3. http://www.twitjobsearch.com
4. https://twitter.com/quieroempleo (de las Cámaras de Comercio)

8. Del “1to1” al “1to10”

Todo el contenido que tratado hasta ahora se apoyan en una palabra: Comunicación. Sin comunicación no hay Networking, no hay cultivo de contactos, no hay relaciones personales, no hay desarrollo profesional. Esta comunicación, empujada por la propia evolución del ser humano ha pasado de ser bilateral a multilateral en cualquier plano del tiempo (Always ON, Always Connected)

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el avance de las Redes Sociales han posibilitado que tecnologías antes usadas para entornos empresariales hayan dado el salto al plano personal y profesional.

¿Recuerdas cuando oías “En mi empresa hemos tenido una videoconferencia con China”? Sonaba a otro planeta. Algo inalcanzable.

La universalización de la tecnología ha permitido que herramientas como éstas sean accesibles por cualquiera de nosotros a través de gran variedad de dispositivos (Ordenador, Portátil, Tablet, TV, Móvil)

Vamos a nombrar a continuación algunas herramientas que demuestran cómo han cambiado los patrones de comunicación gracias a Internet y las Redes Sociales:

Facetime (especial para MAC y Iphone) http://es.wikipedia.org/wiki/FaceTime

Skype (reciente adquisición de Microsoft) http://www.skype.es

Google Voice: http://www.google.com/chat/voice

Google Hangout: http://www.google.com/intl/es_ALL/+/learnmore/hangouts

WhatsApp: http://www.whatsapp.com

LINE: **http://line**.naver.jp/en

Cobook: http://www.cobookapp.com

Spotbros: http://www.spotbros.com

9. Resumen

En esta unidad didáctica hemos tratado algunas de las principales herramientas que existen para complementar la búsqueda de trabajo en Internet. Si en la unidad anterior hablamos de los portales de empleo, en esta segunda unidad hemos dado protagonismo a los nuevos formatos digitales y a las herramientas para su explotación.

Hemos volcado nuestra atención en el concepto de Identidad Digital como Marca Personal única y diferente y en cómo comunicarla a través de la red utilizando para ello las Redes Sociales Profesionales y Personales y otras herramientas 2.0 (blogs, eCV, VídeoCurrículum...)

También ha sido objeto de atención el concepto de la práctica del Networking o creación y cultivo nuestra Red de Contactos.

Recuerda que es importantísimo que encuentres tu marca personal y que la comuniques constantemente allá en donde aparezcas en Internet. Puedes comenzar por hacerlo creando tu Currículum vitae digital, seguir por crear tu perfil en Linkedin, continuar creando o modificando tus perfiles de Facebook y Twitter y terminar por usar algunas de las aplicaciones que hemos presentado en el último punto. Eso sí, todo esto no es para “hacerlo y ya está”; es necesario que dediques tiempo a trabajar y desarrollar tu imagen digital.

10. Ampliar

1. Artículo: “No es tan difícil, ¿no Pep?”. Sebas Morelli Jaimez.
2. “5 lecciones de marca personal que puedes aprender de Lady Gaga”. José María Gil.
3. “Construya su propia marca personal y encuentre empleo”. Alfonso Simón. Cinco Días.
4. “Cómo construir una marca personal: 10 tips básicos”. Luis Maram.
5. Soymimarca. Personal branding 360º.
6. “Marca personal: 10 errores que deberías evitar”. María Lázaro Ávila.
7. “Cómo posicionarte como experto en tu nicho en 365 días”. David Cantone.
8. CasualJobs
9. “YouTube: The Secret Ingredient for Job Recruitment [INFOGRAPHIC]”. Zoe Fox. Mashable.com.
10. Beknown.
11. Twitcver.com.
12. “10 Redes Sociales para buscar trabajo”. Skinner. Refugio Antiaéreo.
13. “Guía para utilizar Youtube y Blogs con fines profesionales. Ayuntamiento de San Martín del Rey Aurelio. Servicio de Empleo Gobierno del Principado de Asturias.
14. “Guía sobre la marca personal”. es. Ayuntamiento de San Martín del Rey Aurelio. Servicio de Empleo Gobierno del Principado de Asturias.
15. Yoriento.com. Activando la vida profesional.
16. Ciudadano2cero.com. Trucos, tutoriales y consejos en nuevas tecnologías, Internet y web 2.0.
17. Curso de Twitter.
18. Tutorial de Facebook.
19. “Crear un anuncio en Facebook”. Asktutorial.
20. “Manual de uso de Google+”. José Román Hernández Martín.

11. Bibliografía

1. Alcántara, Alfonso. *"10 verdades personales sobre los portales de empleo"*. Septiembre 2009 [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Disponible en Internet: http://yoriento.com/2009/09/10-verdades-sobre-los-portales-de-empleo-602.html/
2. Alcántara, Alfonso. *"Cómo buscar trabajo haciendo networking con Twitter, Facebook y tu blog"*. [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Disponible en Internet Alfonso Alcántara. http://yoriento.com/2009/01/como-buscar-trabajo-haciendo-networking-con-twitter-facebook-y-tu-blog-435.html/
3. Amador, Ana. "*Consejos para encontrar trabajo en las Redes Sociales".* [en línea]. Expansion.com [Consulta: 9 enero]. Disponible en Internet: http://www.expansion.com/2012/07/04/empleo/mercado-laboral/1341425682.html
4. Arias, Sandra. *"Cómo encontrar trabajo con Facebook y Twitter"* [en línea]. Blog Solo Marketing [Consulta: 9 enero 2013]. Disponible en Internet: http://www.solomarketing.es/como-encontrar-trabajo-con-facebook-y-twitter/
5. Buscartrabajo.es.*"BeKnown. Facebook contraataca con su red profesional".* [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Website: http://www.buscartrabajo.es Disponible en Internet: http://buscartrabajo.es/beknown-facebook-contrataca-con-su-red-profesional/
6. Escudero, Fernando. *"Guía con imágenes de los pasos a seguir para crear un perfil en Linkedin"*. [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Disponible en Internet: Guía de About.com
7. Facilisimo.com *"BeKnown, la aplicación profesional de Facebook".* [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Website: http://www.facilisimo.com Disponible en Internet: http://facebook.facilisimo.com/blogs/aplicaciones/beknown-la-aplicacion-profesional-de-facebook_665876.html
8. Infojobs: Home [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Disponible en Internet: http://www.infojobs.net
9. Lasso, Iván. *"Crea un Currículum al estilo Twitter con TwiCVer"*. [en línea]. Genbeta, Web+Software [Consulta: 9 enero 2013]. Disponible en Internet: http://www.genbeta.com/web/crea-un-Currículum-al-estilo-twitter-con-twicver
10. López, Javier. *"Cómo encontrar trabajo con… Facebook y Twitter"*. [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Disponible en Internet: http://www.ciudadano2cero.com/trabajo-facebook-twitter/
11. Muñoz, Ferrán. *"TwitCVer: Tu Currículum en 140 caracteres"*. [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Compunoticias. Noticias de informática y tecnología. Disponible en Internet: http://compunoticias.com/2012/07/03/twitcver-tu-Currículum-en-140-caracteres/

12. OCU. *"Cómo buscar empleo en Internet"*. Octubre 2012. [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Disponible en Internet: http://www.ocu.org/dinero/desempleo/informe/como-buscar-trabajo-en-Internet573284
13. Varios autores. *"Personal branding. …hacia la excelencia y la empleabilidad por la marca personal"*. Edita Madrid Excelente. Fundación Madrid por la Excelencia. Comunidad de Madrid. Depósito legal: M-13559-2011. 2011
14. Varios autores. *"Personal e intransferible. 1 año de marca personal intensiva"*. [en línea]. [Consulta: 9 enero 2013]. Recopilación de artículos del blog www.soymimarca.com entre octubre 2010 y octubre 2011. Disponible en Internet: http://www.soymimarca.com

12. Glosario

@:

Símbolo que precede a todos los nombres de usuarios en Twitter. Se utilizan para citar a una persona o para dirigirse directamente a ella.

Anonoblog:

Sitio blog escrito por una persona o personas que no quieren publicar su nombre, es decir, autor/es anonimo/s.

APP (aplicación):

Cada aplicación que realiza una función específica en un equipo o dispositivo de mano, como los iPhone, iPod Touch, iPad… Se adquieren a través del servicio App Store, de Apple Inc., y están disponibles para ser compradas o adquiridas libres de costo.

Bit.ly:

Servicio para acortar URL gratuito que proporciona estadísticas de la cuota de usuarios en línea. Se usa para condensar las URL largas y que sean más fáciles de compartir en redes sociales como Twitter.

Bliki:

Un blog que puede ser editado por los lectores o un grupo de colaboradores acordado. Su nombre viene de la combinación de los dos conceptos en los que se basa: Blog y Wiki.

Blip.TV:

Sitio web para compartir vídeo en línea. Diseñado para los creadores de contenidos generados por usuarios, provee a los creadores de contenidos en vídeo alojamiento web gratuito, da soporte a gran variedad de formatos de vídeo, ofrece la distribución por RSS y la ordenación de contenidos por episodios.

Blog:

Un blog (también bitácora digital, cuaderno de bitácora, ciberbitácora, ciberdiario, o weblog) es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Blog Digest:

Blog formado por resúmenes de otros blogs relacionados de alguna manera. Un Blog Digest puede ser realmente útil si se tiene prisa a la hora de buscar contenidos concretos.

Blog Post (entrada):

Es la unidad de publicación de un Blog o bitácora. Las entradas puede incluir imágenes o vídeos incrustados, así como enlaces URL.

Blogstorm (tormenta de blogs):

También llamado “Enjambre de blog” (blog swarm). Sucede cuando hay una explosión de interés o exposición de opiniones e información acerca de un tema en particular, y los bloggers en la blogosfera escriben miles de mensajes sobre un tema.

Blogger (bloguero):

Término original en inglés para designar al bloguero o autor de un blog.

Blogger:

Aplicación gratuita, propiedad de Google, para la creación, mantenimiento y alojamiento de blogs.

Blogosfera:

Término bajo el cual se agrupa la totalidad de los weblogs o blogs y que deriva de la palabra inglesa blogosphere.

Blogroll:

Colección listada de enlaces de los blogs recomendados, normalmente presentados en una columna lateral del blog.

Bookmarking (marcador):

Localización almacenada de una página web, su URL, de forma que puede ser revisada más adelante. Todos los navegadores web incorporan la posibilidad de catalogar y acceder fácilmente a las webs que el usuario ha visitado y guardado. Además, existen otras herramientas como los Marcadores Sociales, que permiten almacenar, clasificar y compartir enlaces, como Del.icio.us.

Bloquear:

Un usuario bloqueado no podrá seguirte o añadirte a su lista y tú no verás

sus menciones en tu página.

Cronología:

Lista en tiempo real de los tweets de las cuentas a quienes sigues. Aparece en tu página de inicio de Twitter.

Dashboard (escritorio):

Área de administración de un blog. Allí es donde se puede comprobar el tráfico, cargar archivos, gestionar comentarios, editar, etc.

Del.icio.us:

Servicio de gestión de marcadores sociales en web. Permite agregar los marcadores que clásicamente se guardaban en los navegadores y categorizarlos con un sistema de etiquetado denominado folksonomías (tags). Además, permite compartir estos enlaces con otros usuarios del servicio y determinar cuántos tienen un determinado enlace guardado en sus marcadores. También permite la suscripción a los canales RSS de otros usuarios y guardar direcciones de sitios web públicos y provados en línea para poder acceder desde cualquier dispositivo conectado a Internet.

E-CV:

Documento electrónico que recoge, de manera ordenada, información acerca de la formación, experiencia e intereses profesionales de un individuo. Como contraposición al Currículum vitae escrito posibilita la inclusión de elementos multimedia que ayudan a enriquecer, matizar y enfatizar su contenido.

Email (correo electrónico):

Servicio de Red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes y archivos rápidamente (también denominados mensajes electrónicos o cartas electrónicas) mediante sistemas de comunicación electrónicos. Por medio de mensajes de correo electrónico se puede enviar, no solamente texto, sino todo tipo de documentos digitales dependiendo del sistema que se use. Su eficiencia, conveniencia y bajo coste están logrando que el correo electrónico desplace al correo ordinario para muchos usos habituales.

Empleabilidad:

Capacidad potencial de incorporarse y permanecer en el mercado de trabajo, esto es, para encontrar empleo y adaptarse a los continuos

cambios del mercado de trabajo.

Facebook:

Empresa creada por Mark Zuckerberg y fundada por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg consistente en un sitio web de redes sociales. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. Actualmente tiene más de 900 millones de usuarios.

Flickr.com:

Red social centrada en el intercambio de fotos en línea. Permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías y vídeos en línea. Su popularidad se debe fundamentalmente a su capacidad para administrar imágenes mediante herramientas que permiten al autor etiquetar sus fotografías, y explorar y comentar las imágenes de otros usuarios.

Follower:

Ser seguidor de una cuenta en Facebook o Twitter.

Foursquare:

Aplicación basada en la geolocalización web aplicada a las redes sociales. Los usuarios hacen “check-in” en lugares físicos con su móvil, con mensajería de texto, o con una aplicación específica, y el dispositivo le concede puntos.

Google+:

Servicio de red social operado por Google. Google+ integra los servicios sociales, tales como Google Perfiles y Google Buzz, e introduce los nuevos servicios Círculos, Quedadas, Intereses y Mensajes. Actualmente tiene más de 100 millones de usuarios.

Hashtag:

Símbolo se añade al final de un tweet para precisar el tema al que nos gustaría que se añadiera. La palabra viene del inglés: hash=almohadilla y tag=etiqueta. En servicios tales como Twitter y FriendFeed, es una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y

precedidas por una almohadilla (#). Posteriormente, un usuario podrá buscar la cadena y verá los mensajes que tengan el mismo hashtag en el contenido.

Linkedin:

Sitio web orientado a negocios, fundado en diciembre de 2002, comparable a un servicio de red social, principalmente para red profesional. Sus fundadores son Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant. En febrero de 2012, dispone de más de 150 millones de usuarios registrados, de más de 200 países, que abarcan todas las empresas de la lista de la revista Fortune de las 500 mayores empresas estadounidenses. Es seguida en un lejano segundo lugar por Viadeo.

Marca personal:

Concepto que los demás tienen de una persona y que la convierte en alguien único, diferente e imprescindible.

Microblogging:

Servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves (alrededor de 140 caracteres), generalmente sólo de texto. Estas actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario y son también enviadas de forma inmediata a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas. El usuario origen puede restringir el envío de estos mensajes sólo a miembros de su círculo de amigos, o permitir su acceso a todos los usuarios, que es la opción por defecto.

Monetización:

Es el hecho de obtener rentabilidad monetaria a una propiedad en línea, a través de la muestra de publicidad, suscripciones, enlaces afiliados, o publicidad contextual.

Networking:

Actividad metódica y sistemática que consiste en buscar contactos con otras personas, establecer relaciones y mantenerlas a largo plazo, todo ello con la intención abierta de ayudarse y obtener ventajas.

Portal de empleo:

Sitio web especializado que integra oferta y demanda laboral existente en el mercado. El objetivo principal de este espacio, que puede ser pagado o

gratuito, es ofrecer a sus usuarios un servicio de búsqueda de trabajo online, de manera rápida y simple. El portal de empleo reúne diversas vacantes de distintas empresas e instituciones, para gran parte de las áreas y cargos existentes en el mercado de una zona geográfica determinada. Los usuarios por su parte, ingresan sus Currículum a través de la Red, lo que les permite postular a los avisos de su interés de manera ilimitada. Estas búsquedas pueden realizarse a partir de distintas categorías, ya sea ciudad o región, área, tipo de cargo, carrera, entre otras.

Red Social:

Sitios web que permiten a las personas conectar con sus amigos y conocidos a fin de compartir contenidos, interactuar o crear comunidades sobre intereses similares.

Retweet:

Reenviar el mensaje de un tercero a los propios seguidores o abonados en Twitter.

Seesmic:

Sitio de software social que ofrece una aplicación de escritorio que es Seesmic Desktop, que permite integrar múltiples cuentas de Twitter, la cuenta de Facebook y páginas de Facebook. También ofrece un cliente basado en navegador para Twitter, un cliente de escritorio de Windows y clientes para teléfonos móviles.

Skype:

Software que permite comunicaciones de texto, voz y vídeo sobre Internet (VoIP). Los usuarios interesados pueden descargar gratuitamente la aplicación ejecutable del sitio web oficial y así poder hablar entre ellos a través de vídeos, llamadas de voz y mensajes instantáneos de forma gratuíta, además de compartir archivos con otros usuarios de Skype. Aunque también se puden comprar planes para recibir llamadas telefónicas a través de la cuenta de usuario.

Slideshare:

Sitio web que ofrece a los usuarios la posibilidad de subir y compartir, en público o en privado, presentaciones de diapositivas en PowerPoint, documentos de Word, OpenOffice, PDF, Portafolios. El servicio de alojamiento es gratuito y los usuarios pueden acceder registrándose o

usando el registro de su cuenta en Facebook. Es considerado similar a Youtube, pero de uso exclusivo para presentaciones, no de vídeo.

Social Media:

Plataformas de comunicación online donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información. Los medios sociales han cambiado la comunicación entre personas, y entre las marcas y personas. Los tipos de medios sociales más utilizados son las redes sociales, los blogs, los microblogs y los servicios de compartición multimedia.

TweetDeck:

Aplicación de escritorio para Twitter, Facebook, LinkedIn, Google Buzz, Foursquare y MySpace. Como otras aplicaciones de Twitter, interactúa con la API de Twitter para permitir a los usuarios ver y enviar tweets, y ver sus perfiles. Es la aplicación para Twitter más popular.

Timeline:

Es la columna en la que van apareciendo los tweets de los distintos usuarios. De igual forma, en Facebook, es donde se muestra la actividad del usuario ordenada por fechas.

Trending topics:

Clasificación en tiempo real de los temas más seguidos y mencionados por lo twitteros.

Tumblr:

Plataforma de microblogging que permite a sus usuarios publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio a la manera de tumblelog. Los usuarios pueden “seguir” a otros usuarios registrados y ver las entradas de éstos conjuntamente con las suyas, por lo cual, Tumblr puede ser considerado una herramienta social. A mediados de 2011, Tumblr superó en cantidad de blogs a su competidora WordPress.

Twitter:

Servicio de microblogging que permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Actualmente cuenta con más de 200 millones de usuarios.

Unfollow:

Darse de baja.

Viadeo:

Red social profesional de la Web 2.0 fundada en mayo de 2004 por Dan Serfaty y Thierry Lunati, la segunda de su tipo más grande después de LinkedIn. El sitio contaba al año 2010 con más de 30 millones de usuarios. Entre Los usuarios se incluyen propietarios de negocios, empresarios y gerentes de una gran variedad de empresas. El sitio está disponible en español, francés, alemán, italiano, portugués e inglés.

Vimeo:

Red social basada en vídeos. Permite compartir y almacenar vídeos digitales para que los usuarios comenten en la página de cada uno de ellos. Los usuarios deben estar registrados para subir vídeos, crear su perfil, cargar avatares, comentar y crear listas de favoritos. El sitio ha ganado reputación como "proveedor de imágenes" para diversos artistas, debido a la alta tasa de bits y resolución de sus vídeos.

Web 2.0:

Está comunmente asociado con aplicaciones web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web. Ejemplos de la Web 2.0 son las comunidades web, los servicios web, las aplicaciones web, los servicios de red social, los servicios de alojamiento de vídeos, las wikis, blogs, mashups y folksonomías. No se refiere a una actualización de las especificaciones técnicas de la web, sino más bien a cambios acumulativos en la forma en la que desarrolladores de software y usuarios finales utilizan la Web. El término está asociado estrechamente con Tim O'Reilly, debido a la conferencia sobre la Web 2.0 de 2004.

Wiki:

Del hawaiano wiki=rápido. Es un sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten. Los textos o "páginas wiki" tienen títulos únicos; la mayor parte de las implementaciones de wikis indican en el URL de la página el propio título de la página wiki, facilitando el uso y comprensibilidad del link fuera del propio sitio web. La aplicación de mayor peso y a la que le debe su mayor

fama hasta el momento ha sido la creación de enciclopedias colectivas, género al que pertenece la Wikipedia.

Wikipedia:

Es una enciclopedia libre y políglota de la Fundación Wikimedia. Actualmente es la mayor y más popular obra de consulta en Internet. La palabra Wikipedia es la contracción de wiki, una tecnología para crear sitios web colaborativos, y encyclopedia, "enciclopedia" en inglés.

WordPress:

Sistema de gestión de contenidos (CMS) enfocado a la creación de blogs. Desarrollado en PHP y MySQL, bajo licencia GPL y código modificable. Se ha convertido, junto a Movable Type, en el CMS más popular de la blogosfera. Las causas de su enorme crecimiento son, entre otras, su licencia, su facilidad de uso y sis características como gestor de contenidos.

Xing:

Red social de ámbito profesional. Su principal utilidad es la de gestionar contactos y establecer nuevas conexiones entre profesionales de cualquier sector. Ofrece numerosas opciones para contactar, buscar personas por nombre, ciudad, sector, empresa, áreas de interés, etc., e incluye grupos temáticos y foros para plantear cuestiones e intercambiar información u opiniones sobre temas específicos. También cuenta con ofertas de empleo, páginas de empresa y una sección para ver y publicar eventos. En Xing se encuentran tomadores de decisiones y expertos en muchos campos.

Yammer:

Herramienta de comunicación empresarial que opera como Twitter, como sistema de mensajería interna para los empleados, dentro de una organización. Proporciona comunicación en tiempo real y reduce la necesidad de e-mail.

Yelp:

Es una red social y de búsquedas en la Web que proporciona a los usuarios una plataforma para revisar, calificaar y discutir los negocios locales.

YouTube:

Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartis vídeos. Usa un

reproductor en línea basado en Adobe Flash para servir su contenido. Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión, vídeos musicales, a pesar de las reglas de YouTube contra subir vídeos con derechos de autor, este material existe en abundancia, así como contenidos amateur como videoblogs. Los enlaces a vídeos de YouTube pueden ser también puestos en blogs y sitios personales usando API o incrustando cierto código HTML.